

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP
SELISIH HARGA PRODUK PADA LABEL HARGA
DENGAN PEMBAYARAN DI KASIR MENURUT
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 DAN
HUKUM ISLAM**



Oleh:
DEWI NABILA AZ'ZHARA
NIM : 15421056

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Ahwal Al-Syakhshiyah
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

YOGYAKARTA
2019

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP
SELISIH HARGA PRODUK PADA LABEL HARGA
DENGAN PEMBAYARAN DI KASIR MENURUT
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 DAN
HUKUM ISLAM**



Oleh:
DEWI NABILA AZ'ZHARA
NIM : 15421056

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Ahwal Al-Syakhshiyah
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

YOGYAKARTA
2019

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP
SELISIH HARGA PRODUK PADA LABEL HARGA
DENGAN PEMBAYARAN DI KASIR MENURUT
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 DAN
HUKUM ISLAM**



Oleh:
DEWI NABILA AZ'ZHARA
NIM : 15421056

Pembimbing:
Prof. Dr. H. Amir Mu'allim, MIS

S K R I P S I

Diajukan kepada Program Studi Ahwal Al-Syakhshiyah
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

YOGYAKARTA
2019

SURAT PERNYATAAN

yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dewi Nabila Az'zhara

Tempat, tanggal lahir : Kabupaten Kediri, 11 Juni 1996

NIM : 15421056

Program Studi : Ahwal Al-Syakhshiyah

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP
SELISIH HARGA PRODUK PADA LABEL HARGA
DENGAN DI KASIR MENURUT UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 DAN HUKUM ISLAM

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi, maka saya siap untuk dicabut gelar kesarjaan yang dianugerahkan dan mendapatkan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 22 Februari 2018

Penulis,

DEWI NABILA AZ'ZHARA

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI

HALAMAN NOTA DINAS**NOTA DINAS****Nomor: 4184/Dek/60/DAS/FIAI/XI/2018**

Skripsi berjudul : Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Selisih
Harga Pada Label Harga Dengan Pembayaran Di
Kasir Menurut Undang-Undang Dan Hukum Islam

Ditulis oleh : Dewi Nabila Az'zhara

Nomor Induk Mahasiswa : 15421056

Program Studi : Ahwal Al-Syakhshiyah

Telah dapat disetujui untuk diuji di hadapan tim Penguji Skripsi Program Studi Ahwal
Al-Syakhshiyah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 7 Februari 2019

Pembimbing,

Prof. Dr. H. Amir Mu'allim, MIS

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**PERSETUJUAN**

Skripsi berjudul : Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Selisih
Harga Pada Label Harga Dengan Pembayaran Di
Kasir Menurut Undang-Undang Dan Hukum Islam

Ditulis oleh : Dewi Nabila Az'zhara

Nomor Induk Mahasiswa : 15421056

Program Studi : Ahwal Al-Syakhshiyah

disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Ahwal Al-Syakhshiyah
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, Februari 2019

Pembimbing,

Prof. Dr. H. Amir Mu'allim, MIS

HALAMAN PERSEMBAHAN

**SKRIPSI INI KU DEDIKASIKAN UNTUK KELUARGAKU,
TERKHUSUS KEDUA ORANG TUA KU SEBAGAI BENTUK
SALAH SATU PENGABDIAN DAN TANGGUNG JAWAB ANAK
YANG MENCARI RIDHO ALLAH SWT MELALUI RIDHO
ORANG TUANYA.**

HALAMAN MOTTO

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...
...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...
...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

Artinya:sedangkan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan
riba.... (QS. Al Baqarah Ayat 275)

**PEDOMAN TRANSLITERASI
ARAB – LATIN**

**Sesuai dengan SKB Menteri Agama RI, Menteri Pendidikan dan Menteri
Kebudayaan RI No. 158/1987 dan No. 0543b/U/1987
Tertanggal 22 Januari 1988**

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bā'	<i>b</i>	-
ت	Tā	<i>t</i>	-
ث	Šā	<i>š</i>	s (dengan titik di atas)
ج	Jîm	<i>j</i>	-
ح	Hā	<i>ħa'</i>	h (dengan titik dibawah)
خ	Khā	<i>Kh</i>	-
د	Dāl	<i>d</i>	-
ذ	Žāl	<i>ž</i>	z (dengan titik diatas)
ر	Rā'	<i>r</i>	-
ز	Zā'	<i>z</i>	-
س	Sîn	<i>s</i>	-
ش	Syîn	<i>sy</i>	-
ص	Şād	<i>ş</i>	s (dengan titik di bawah)
ض	Dād	<i>d</i>	d (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā	<i>ṭ</i>	t (dengan titik di bawah)
ظ	Zā	<i>z</i>	z (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	<i>g</i>	-
ف	Fā'	<i>f</i>	-
ق	Qāf	<i>q</i>	-
ك	Kāf	<i>k</i>	-
ل	Lām	<i>l</i>	-
م	Mim	<i>m</i>	-

ن	Nun	<i>n</i>	-
و	Wāwu	<i>w</i>	-
هـ	Hā'	<i>h</i>	-
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Yā	<i>y</i>	-

II. Konsonan Rangkap karena *Syddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta 'addidah</i>
عدة	Ditulis	'iddah

III. *Ta' Marbutah* di akhir kata

- a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan, bila kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- b. Bila *ta' marbutah* diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>
----------------	---------	---------------------------

- c. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, fathah, karsah dan dammah ditulis *r*

زكاة افطر	Ditulis	<i>zakāt al-fitr</i>
-----------	---------	----------------------

IV. Vokal Pendek

-َ-----	<i>fathah</i>	Ditulis	a
-ِ-----	<i>kasrah</i>	Ditulis	i
-ُ-----	<i>dammah</i>	Ditulis	u

V. Vokal Panjang

1.	<i>fathah</i> + alif	Ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyah</i>

2.	<i>fathah + ya' mati</i>	Ditulis	<i>ā</i>
	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	<i>kasrah + ya' mati</i>	Ditulis	<i>ī</i>
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	<i>dammah + wawu mati</i>	Ditulis	<i>ū</i>
	فُرُوض	Ditulis	<i>furūd</i>

VI. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>ai</i>
	بيكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>au</i>
	قول	Ditulis	<i>qaul</i>

VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لِنَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartun</i>

VIII. Kata Sandang *Alif + Lam*

a. Bila diikuti huruf Qomariyyah

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el)-nya

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذَوِي النُّورِوض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

ABSTRAK**HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP SELISIH HARGA
PRODUK PADA LABEL HARGA DENGAN PEMBAYARAN DI KASIR
MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 DAN HUKUM
ISLAM****DEWI NABILLA AZ'ZHARA****15421056**

Perkembangan di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai macam barang dan jasa yang dapat dikonsumsi hal ini didorong dengan perkembangan perekonomian yang pesat. Dengan perkembangan bidang perindustrian dan perdagangan nasional yang pesat memberikan kebebasan bagi konsumen untuk memilih barang atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup pokok masyarakat. Manusia sebagai makhluk sosial yang membutuhkan kebutuhan hidup, kegiatan ini dalam Islam dikenal dengan istilah muamalah. Salah satu bidang muamalah yang paling sering dilakukan pada umumnya adalah jual beli. Dalam bermuamalah Islam melarang semua bentuk transaksi yang mengandung unsur kejahatan, perjudian, pemaksaan, mengambil hak orang lain dan penipuan. Berdasarkan permasalahan ini maka fokus penelitian pada skripsi ini apa penyebab selisih harga produk pada label harga, bagaimana bentuk perlindungan hukum konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan bagaimana pandangan hukum Islam mengenai selisih harga produk pada label harga. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris, pendekatan sosiologis dan , dan penelitian ini bersifat deskriptif dengan lokasi penelitian ini Alfamart Kaliurang KM. 13 Sleman Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian ini penyebab selisih harga pada Alfamart Kaliurang KM. 13 yaitu kelalaian pegawai dalam menempekan harga terbaru yang telah dicetak pada produk, kelupaan dalam mengganti harga barang lama dengan harga barang terbaru dan data harga barang bermasalah dari kantor. Perlindungan hukum yang diberikan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 bersifat preventif dan represif, dan pandangan hukum Islam mengenai selisih harga produk tidak sah karena dalam syarat akadanya *fashid* (rusak) dan termasuk dalam *gharar*, namun tidak semua *gharar* menjadi sebab pengharaman.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum Konsumen, Perbedaan Harga,

ABSTRACT**LAW OF CONSUMER PROTECTION ON THE DIFFERENCE OF
PRODUCT PRICES ON PRICE LABELS WITH PAYMENTS IN THE
CASHIER ALFAMART ACCORDING TO LAW NUMBER 8 OF 1999 AND
ISLAMIC LAW**

DEWI NABILLA AZ'ZHARA
15421056

The development in the field of national industry and reserves has produced various kinds of goods and services that can be consumed, which are driven by rapid economic development. With the development of the industrial sector and national trade which is rapidly giving freedom for consumers to choose goods or services used to meet the basic needs of the community. Humans as social beings who need life necessities, this activity in Islam is known as muamalah. One of the muamalah areas that is most often done is buying and selling. In muamalah Islam prohibits all forms of transactions that contain elements of crime, gambling, coercion, taking the rights of others and fraud. Based on this problem, the focus of this thesis research is what causes the difference in product prices on price tags, how consumer legal protection is based on Act Number 8 of 1999 and how Islamic law views the difference in product prices on price tags. The research method used is qualitative research, in this study using an empirical juridical approach, sociological and approach, and this research is descriptive with the location of this study Alfamart Kaliurang KM. 13 Sleman Yogyakarta. Based on the results of this research, the causes of the price difference at Alfamart Kaliurang KM. 13 namely negligence of employees in placing the latest prices that have been printed on the product, forgetfulness in replacing the price of old goods with the latest price of goods and data on the price of problematic goods from the office. Legal protection provided by Law Number 8 of 1999 is preventive and repressive, and the view of Islamic law regarding the difference in prices of products is illegal because of the conditions of the *fashid* (damaged) and included in *gharar*, but not all *gharar* is a cause of prohibition.

Keywords: Consumer Legal Protection, Price Difference

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ, وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ مُحَمَّدٌ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Allhamdulillah, puji syukur kepada Allah yang telah menciptakan seluruh alam beserta isisnya, akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini, shalawat dan salam senantiasa penulis sanjungkan kepada beliau Nabi Agung junjungan kami Muhammad SAW beserta segenap keluarga dan para sahabatnya hingga akhir nanti.

Dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Selisih Harga Produk Pada Label Harga Dengan Pembayaran Di Kasir Alfamart Kaliurang Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Dan Hukum Islam” tentu tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penyusun sampaikan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T, M.Sc., Ph.D., Selaku Rektor Universitas Islam Indonesia;
2. Bapak Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia;
3. Bapak Prof. Dr. H Amir Mu'allim MIS, selaku dosen pembimbing dan Ketua Program Studi Ahwal Al-Syakhshiyah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia;
4. Seluruh para Dosen Pengampu mata kuliah pada Program Studi Ahwal Al-Syakhshiyah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dan seluruh civitas akademik FIAI yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis;
5. Keluarga Ahwal Al-Syakhshiyah 2015 yang selama 4 tahun ini banyak membantu dalam proses perkuliahan hingga penulisan skripsi ini;
6. Teman perjuangan kuliah Lia Rohmatul Izza dan Dhea Musdhalifa yang selalu ada ketika penulis ingin menceritakan keluh kesah selama perkuliahan maupun penulisan skripsi ini.

7. Sahabat saya Ilma Wulansari Hasdiansa, Deswiny Nurviaratu Taswin dan Nabila Chaerani Natsir yang selalu memberikan semangat dan dukungan terhadap penulis untuk menyelesaikan skripsi ini;
8. Kost Ersyadha 3;
9. Inti LEM dan inti magang LEM 2015 Muhammad As'ad, Mariatu Listani, Ade Meira, Azka Azkiya, Deana Fitri Rosandy dan Ingrid;
10. Seluruh rekan LEM FIAI 2016 yang membantu penulis mengasa *softskill* selama ini;
11. Serta rekan-rekan yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah membantu penulis selama menyusun tugas karya ilmiah ini;
Akhirnya penulis mengharapkan kiranya pembaca berkenan memberikan saran dan kritikan agar tulisan ini dapat diperbaiki.

Yogyakarta, 30 Januari 2019

Penulis,

Dewi Nabila Az'zhara

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN NOTA DINAS.....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
HALAMAN MOTTO.....	ix
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI.....	x
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACK</i>.....	xiv
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitin.....	7

D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematikan Pembahasan.....	9

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORII

A. Kajian Pustaka.....	12
B. Kerangka Teori.....	18
1. Perlindungan Konsumen	
a. Pengertian Perlindungan Konsumen.....	18
b. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen.....	20
c. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	21
2. Konsumen	
a. Pengertian Konsumen.....	23
b. Hak-Hak Konsumen.....	25
c. Kewajiban Konsumen.....	27
3. Jual Beli Menurut Hukum Islam	
a. Pengertian Jual Beli.....	29
b. Dasar Hukum Jual Beli.....	29
c. Rukun dan Syarat Jual Beli.....	31
4. Pelaku Usaha	
a. Pengertian Pelaku Usaha.....	32
b. Hak-Hak Pelaku Usaha.....	33
c. Kewajiban Pelaku Usaha.....	34
d. Larangan Bagi Pelaku Usaha.....	35
5. Label Harga.....	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan.....	38
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Informan Penelitian.....	39
D. Teknik Penentuan Informan.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Keabsahan Data.....	43
G. Teknik Analisis Data.....	44
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	
1. Profil PT. Sumber Alfarian Trijaya Tbk.....	46
2. Penyebab Selisih Harga Produk Pada Label Harga dan Kasir di Alfamart di Jalan Kaliurang KM. 13.....	49
B. Pembahasan	
1. Perlindungan Hukum Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	53
2. Pandangan Hukum Islam Mengenai Selisih Harga Produk Pada Label Harga.....	59
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
Daftar Pustaka.....	69
LAMPIRAN.....	73
<i>CURRICULLUM VITAE</i>.....	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan kehidupan di Indonesia telah memberikan pengaruh yang berarti bagi masyarakat. Dengan berjalannya waktu, kesejahteraan atau kemakmuran masyarakat mengalami perubahan baik peningkatan kesejahteraan ataupun penurunan. Perubahan pola hidup dan cara pandang masyarakat, terutama dalam hal konsumsi produk barang dan/atau jasa seperti minuman atau makanan. Perubahan ini mau tidak mau harus disikapi oleh semua pihak yang berkepentingan baik dari kalangan dunia bisnis makanan maupun mereka yang bergerak dalam pengambilan kebijakan.¹

Dalam bidang perdagangan dan perindustrian nasional telah berhasil membuat berbagai jenis barang dan/atau jasa yang dapat digunakan hal ini didorong dengan perkembangan perekonomian yang pesat. Dengan masuknya perekonomian bebas ke ruang lingkup dunia dan perdagangan bebas yang didorong oleh kemajuan teknologi informasi telah memberikan ruang gerak pada perdagangan barang dan/atau jasa yang ditawarkan baik dari produksi dalam negeri maupun luar negeri.²

Konsumen adalah setiap individu pemakai barang dan jasa yang tersedia di masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri atau orang lain serta tidak untuk

¹ Taufiq Rahman, "Tinjauan Yuridis Terhadap Penerapan Sertifikasi Halal Suatu Produk di Indonesia". *Skripsi*, Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017. 1.

² Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2000), 200.

di perdagangkan.³ Dengan perkembangan bidang perdagangan dan perindustrian nasional yang pesat memberikan kebebasan bagi konsumen untuk memilih barang atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup pokok masyarakat.

Manusia sebagai makhluk sosial yang membutuhkan kebutuhan hidup, dalam Islam hal ini di kenal dengan istilah muamalah. Salah satu bidang muamalah yang paling sering dilakukan pada umumnya adalah jual beli. Jual beli dapat diartikan tukar menukar suatu barang dengan barang lain atau uang dengan barang atau sebaliknya dengan syarat-syarat tertentu.⁴

Islam melarang segala bentuk jual beli atau transaksi yang mengandung usur perjudian, kejahatan, penipuan dan mengambil hak yang bukan miliknya. Dalam Islam kegiatan yang di larang, tapi biasa dilakukan yaitu kegiatan *gharar*. Arti dalam bahasa Arab *gharar* adalah *al-khathr*; pertaruhan, *majhul al-aqibah*; tidak jelas hasilnya, ataupun dapat juga diartikan sebagai *al-mukhatharah*; pertaruhan dan *al-jahalah*; ketidakjelasan. *Gharar* merupakan bentuk keraguan, tipuan, atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan orang lain.⁵

Islam juga mengatur jual beli dengan menggunakan aturan hukum yang di contohkan oleh Nabi baik mengenai syarat, rukun maupun bentuk dari jual beli. Berkembangnya transaksi jual beli membuat konsumen dan pelaku usaha

³Christine S.T.Kansil, *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, cet. II, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), 213.

⁴ Khabib Basori, *Muamalat*, (Yogyakarta: Pustaka Insan Mandiri, 2007), 7.

⁵ Nadrattuzaman Hosen. "Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi". *Al-Iqtishad*, Vol. I No. 1 Januari 2009, 55.

harus ekstra hati-hati dalam bertransaksi. Nabi Muhammad SAW mengingatkan bahwa akad dari transaksi jual beli harus disesuaikan dengan harga pasaran secara umum. Digambarkan dalam akad jual beli, adanya ijab qabul. Hak jual beli yang diperbuat harus dihindarkan dari *syubhat*, *gharar*, ataupun *riba*. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Alquran:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ

لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ (١٨٨)

Artinya: *Dan janganlah kamu makan harta saudaramu dengan cara yang tercela dengan memberikan suap kepada para penguasa agar kamu dapat mengambil harta orang lain dengan cara batil/dosa sedang kamu mengetahuinya.* (Q.S. Al-Baqarah [2] : 188)⁶

Ayat di atas menjelaskan bahwa dalam melakukan perniagaan didasarkan dengan suka sama suka agar tidak ada pihak yang dirugikan. Salah satu perniagaan yang dapat merugikan baik penjual ataupun pembeli adalah dengan jual beli yang mengandung *gharar*.

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya masyarakat tidak lepas dari kebutuhan pokok tersebut. Dengan perkembangan perekonomian yang pesat memberikan dampak positif bagi konsumen karena kedudukan konsumen terhadap barang atau jasa yang diinginkan terpenuhi, serta terbukanya kebebasan untuk memilih aneka jenis barang atau jasa yang kuliatasnya sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen seperti halnya kebutuhan pokok. Kebutuhan pokok sehari-hari yang dibutuhkan oleh masyarakat pada umumnya

⁶Quran Karim dan Terjemahan Artinya. cet. XI. (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2014). 50-51

adalah sembako dan kebutuhan rumah tangga yang memperjualbelikan kebutuhan tersebut di pasar tradisional maupun di pasar modern.

Semakin perkembangan zaman, masyarakat lebih banyak memilih pasar modern sebagai pusat belanja dikarenakan pasar modern menjual produk-produk yang lebih lengkap, aman, nyaman dan rapi dibandingkan dengan pasar tradisional. Selain itu pasar modern juga sering mengadakan promo dengan potongan harga yang lebih murah untuk mengundang lebih banyak konsumen. Cara ini dilakukan sebagai usaha untuk menaikkan keuntungan penjualan dan mengurangi menumpukannya produk di gudang tempat persediaan barang.

Dengan kelebihan yang di dapatkan saat bertransaksi di pasar modern, hal ini tidak membuat bahwa pasar modern tidak memiliki kekurangan dan menjadikan konsumen sebagai objek bagi pelaku usaha yang dengan sengaja mencari keuntungan lebih. Salah satu contoh kekurangan pasar modern yaitu terdapatnya perbedaan harga yang tertera pada label harga dengan harga yang harus dibayar di kasir. Kesalahan ini sering terjadi dan menyebabkan kerugian bagi konsumen, perbedaan harga antara yang terpanjang di label harga dan di kasir membuat para konsumen harus dibayarkan melebihi harga yang sudah diperhitungkan sebelumnya dan membuat konsumen merasa kecewa dengan pelayanan pasar modern yang mengakibatkan pembatalan pembelian atau berdebatan dengan pihak pasar modern. Hampir tidak ada pasar modern yang mau mengakui kesalahan dan mau mengalah untuk memberi pelayanan yang memuaskan pada pembeli. Pilihannya hanya dua, yaitu pembeli mau melanjutkan atau membatalkan transaksinya. Tidak adanya alternatif yang

dapat diambil oleh konsumen telah menjadi suatu rahasia umum dalam dunia industri usaha di Indonesia.

Pada “Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” menetapkan 9 (sembilan) hak konsumen sebagai berikut:

1. Hak atas keamanan, keselamatan dan kenyamanan dalam menggunakan barang dan/atau jasa;
2. Hak memilih dan memperoleh barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang jujur, jelas dan benar tentang kondisi barang dan/atau jasa;
4. Hak didengar pendapat atas barang dan/atau jasa yang diperolehnya;
5. Hak untuk mendapatkan pembelaan dan perlindungan konsumen secara baik;
6. Hak mendapatkan pendidikan dan pembinaan konsumen;
7. Hak diperlakukan secara benar dan jujur serta tidak membedakan;
8. Hak mendapatkan kompensasi ganti rugi, apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁷

⁷ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. cet. I. (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2008), 23.

Pada Pasal 4 huruf (b) disebutkan hak konsumen adalah “untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan”. Di sisi lain pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 huruf (b) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diwajibkan memberikan informasi yang jelas, benar dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Dalam “Pasal 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen” juga menegaskan “bahwa pelaku usaha yang menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan, dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan tidak benar mengenai”;

1. Harga atau tarif suatu barang/jasa;
2. Kegunaan suatu barang/jasa;
3. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
4. promosi harga atau pemberian hadiah menarik yang ditawarkan;
5. Bahayanya penggunaan barang dan/atau jasa.

Saat ini banyak minimarket di berbagai tempat memunculkan tingkat persaingan yang sangat ketat. Persaingan ini muncul dengan meningkatkan daya beli dan berkembangnya selera konsumen. Sehingga hal ini menyebabkan semakin banyak tantangan yang harus dihadapi oleh pemilik minimarket. Jual beli yang ada di Alfamart jika dilihat lebih dekat, maka ada beberapa hal yang menarik untuk di kaji dalam Undang-Undang dan Hukum Islam. Berdasarkan

pada permasalahan yang ada, maka penulis bermaksud melakukan penelitian untuk memperoleh jawaban yang sah. Dengan latar belakang ini, penulis ingin melakukan penelitian dengan mengajukan skripsi berjudul **“Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Selisih Harga Produk Pada Label Harga Dengan Pembayaran di Kasir Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Dan Hukum Islam”** dengan studi kasus di salah satu cabang Alfamart Jalan Kaliurang KM. 13 Sleman, Yogyakarta.

B. Fokus Penelitian

Dari penjelasan latar belakang permasalahan di atas, dapat ditentukan fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apa penyebab selisih harga produk pada label harga dan kasir di Alfamart Jalan Kaliurang KM. 13 ?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum konsumen terhadap selisih harga produk pada label harga dan kasir berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ?
3. Bagaimana pandangan hukum Islam mengenai selisih harga produk pada label harga dan kasir ?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian rumusan masalah diatas, dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penyebab selisih harga produk pada label harga dan kasir di Alfamart Jalan Kaliurang KM. 13
2. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum konsumen terhadap selisih harga produk pada label harga dan kasir berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
3. Untuk mengetahui pandangan Hukum Islam mengenai selisih harga produk pada label harga dan kasir

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan ilmiah dan bahan acuan guna menunjang perkembangan pengetahuan hukum Islam bagi masyarakat umum maupun secara khusus yaitu Prodi Ahwal Al-Syakhisyah FIAI UII

2. Manfaat Praktis

- a. penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam menyelesaikan permasalahan terkait perbedaan harga pada label harga dan kasir terhadap konsumen.
- b. Memberikan wawasan baru mengenai perlindungan hukum bagi konsumen.

3. Manfaat Pribadi

- a. Manfaat dalam pemahaman tentang hukum perlindungan konsumen

- b. Manfaat dalam menjadi referensi dan pedoman untuk penelitian yang lebih mendalam lagi

E. Sistematika Pembahasan

Agar memperoleh hasil penelitian yang benar dan baik, maka penulis membuat sistematika yang tersusun dari 5 bab dimana setiap babnya terdiri dari beberapa sub-sub agar dapat menghasilkan gambaran yang benar, baik dan jelas terhadap penelitian ini. Sistematika dalam pembahasan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab satu yaitu pendahuluan, yang memuat tentang gambaran umum terkait apa yang menjadi dasar-dasar penulis dalam menulis penelitian ini. Pada bab satu ini tersusun dari latar belakang, fokus penelitian, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab dua menjelaskan sumber yang menjadi rujukan dalam penyusunan skripsi atau disebut dengan Telaah Pustaka. Di bab dua juga berisi tentang pembahasan utama yang diteliti atau disebut landasan teori. Maka di bab dua ini memuat Kajian Pustaka dan Kerangka Teori.

Bab tiga menjelaskan tentang cara atau metode yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini menerangkan tentang Metode penelitian, dimana bab ini memberikan penjelasan yang jelas tentang metode yang digunakan dalam penulisan penelitian ini.

Bab empat merupakan inti dari skripsi ini yakni penjelasan dari hasil penelitian dan pembahasan. Hasil penelitian ini tentang apa penyebab

terjadinya selisih harga pada label harga dan kasir dan bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Hukum Islam.

Dan bab lima merupakan akhir dari semua bab yakni penutup terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan penjelasan dari inti pokok bahasan dalam penelitian atau dapat juga dikatakan rangkuman dari pembahasan penelitian. Selain itu saran yang sangat berguna untuk penulis menumpahkan saegala keinginan yang disampaikan para pembaca skripsi ini yang nantinya ada masukan yang baik demi kebaikan dari skripsi ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Berdasarkan kajian pustaka yang dilakukan penulis, belum ada fokus masalah yang sama dengan judul skripsi ini. Namun ada beberapa karya tulis yang landasan teorinya dapat dihubungkan dengan fokus penulis, yaitu:

1. Yemima Br. Sitepu (2016), dalam karyanya yang berjudul “*Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Kepada Konsumen Terhadap Promosi Yang Tidak Benar Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Toko Alfamart Kecamatan Sail)*” dijelaskan bahwa pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap promosi yang tidak benar dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) khususnya terdapat dalam Pasal 7 menyatakan pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur. Prinsip pertanggungjawaban yang terdapat dalam UUPK adalah *strick liability* atau tanggungjawab secara langsung/mutlak.⁸ Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pada fokus penelitian

⁸Yemima Br. Sitepu, “Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Kepada Konsumen Terhadap Promosi Yang Tidak Benar Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Toko Alfamart Kecamatan Sail),” *JOM Fakultas Hukum*, Vol. III Nomor 2, Oktober 2016, 13.

diantaranya terkait promosi yang tidak sesuai atau tidak benar dengan selisih harga pada label dan kasir.

2. Nurhalis (2015), dalam karyanya yang berjudul "*Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*" dijelaskan bahwa didalam Islam memiliki prinsip yang melindungi konsumen sudah ditetapkan sejak Nabi Muhammad SAW, di Indonesia terdapat Undang-Undang khusus tentang masalah perlindungan konsumen. Hukum Islam menjelaskan bahwa bentuk perlindungan konsumen dengan mewujudkan kebaikan bagi manusia serta memberikan perlindungan konsumen.⁹ Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah tidaknya fokus penelitian di atas, hanya tertera gambaran secara umum tyang tidak mendetail tentang perlindungan konsumen.
3. Rizky Nurlailli (2018), dalam karyanya yang berjudul "*Tinjauan Hukum Pidana Terhadap Peredaran Produk Makanan Yang Tidak Sesuai Dengan Informasi Pada Kemasan*" dijelaskan bahwa peredaran produk yang tidak sesuai dengan informasi pada kemasan termasuk dalam bentuk pelanggaran pidana terhadap peredaran produk yang tidak seusi dengan informasi. Dimana penyidikan yang dilakukan oleh Badan POM dilimpahkan kepada PPNS untuk menyidik. Perlindungan terhadap konsumen korban peredaran produk yang tidak sesuai informasi pada

⁹Nurhalis. "Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999," *IUS*, Vol. III Nomor 9 Desember 2015, 525.

kemasan dilakukan oleh Badan POM sebagai pengawas dan lembaga lain yaitu BKPN selaku lembaga yang bertanggungjawab langsung terhadap presiden dan YLKI suatu lembaga swadaya dari masyarakat guna untuk melindungi konsumen.¹⁰ Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah fokus penelitian terkait tidak sesuainya informasi pada kemasan, sedangkan penulis fokus pada selisih harga barang.

4. Kevin Fedrick H. H (2017), dalam karyanya yang berjudul “*Perlindungan Konsumen Berkenaan Dengan Ketidakesesuaian Harga Dalam Promosi Diskon Secara Online*” dijelaskan bahwa promosi yang tidak sesuai adalah promosi yang melanggar hal-hal yang diatur Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik seperti hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha dan kegiatan yang dilarang. Pelanggaran yang dilakukan terhadap hak-hak konsumen menimbulkan kerugian bagi konsumen. Sehingga pelaku wajib bertanggungjawab atas promosi yang dilakukan. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang- Undang Informasi dan Transaksi Elektronik tidak menyatakan secara rinci tentang besar ganti rugi.¹¹ Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah obyek yang diteliti terkait transaksi

¹⁰Rizky Nurlailli, “Tinjauan Hukum Pidana Terhadap Peredaran Produk Makanan Yang Tidak Sesuai Dengan Informasi Pada Kemasan”, *Skripsi*, Yogyakarta: UII, 2018, 86.

¹¹Kevin Fedrick H. H, “Perlindungan Konsumen Berkenaan Dengan Ketidakesesuaian Harga Dalam Promosi Diskon Secara *Online*”, *Skripsi*, Bandar Lampung; Universitas Lampung, 2017, 62.

elektronik, sedangkan fokus penelitian yang diangkat penulis adalah selisih harga barang.

5. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2015), dalam laporan yang berjudul "*Laporan Akhir Analisis Penerapan Pencantuman Harga Barang*" dijelaskan bahwa pencantuman harga pada barang merupakan salah satu bentuk perlindungan bagi konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa, serta menjadi jaminan bagi konsumen dalam memperoleh hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur atas informasi harga barang. Dengan mencantumkan harga pada barang memberikan manfaat pada konsumen yaitu konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga dengan pedagang lainnya sehingga konsumen dapat memilih barang terbaik sesuai dengan kebutuhan.¹² Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah detail pencantuman harga barang pada label dan selisihnya pada pembayaran di kasir.
6. H. A. Khumedi Ja'far (2014), dalam karyanya yang berjudul "*Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Bisnis Islam*" dijelaskan bahwa perekonomian dan pembangan di Indonesia memberikan dampak positif yang besar bagi semua pihak, banyaknya jenis barang dan/atau jasa yang ditawarkan dengan kualitas dan harga yang bersaing. Di sisi lain pelaku usaha menjadikan konsumen sebagai

¹²Kementerian Perdagangan, "*Laporan Akhir Analisis Penerapan pencantuman Harga Pada Barang*", Pusat Kebijakan Perdagangan dalam Negeri Badan pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan. 2015, 3.

objek untuk mencari keuntungan yang besar, dengan penjualan atau promosi baik yang seringkali merugikan para konsumen. Permasalahan ini dikarenakan tidak adanya etika dalam berbisnis.¹³ Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah etika bisnis dalam mengambil keuntungan atau laba, penulis lebih menjelaskan secara detail terkait pengambilan laba secara sah.

7. Fiena Aristya (2015), dalam karyanya yang berjudul "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Menerima Alat Pembayaran Yang Tidak Sah Dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*" dijelaskan bahwa pelaku usaha dalam bertransaksi jual beli dapat menggunakan pembayaran tidak sah di minimarket yang pembayar tidak sah itu dapat bentuk sumbangan atau permen dimana perbuatan tersebut bisa merugikan secara imateriil dan materiil.¹⁴ Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah alat pembayaran yang tidak sesuai, misal permen dan semacamnya.
8. Adi Handono (2011), dalam karyanya yang berjudul "*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Informasi Iklan Barang dan Jasa Yang Menyesatkan*" dijelaskan bahwa bentuk perlindungan konsumen oleh negara dari informasi iklan barang dan jasa yang menyesatkan

¹³ H. A. Khumedi Ja'far, "Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Bisnis Islam," *ASAS*, Vol. 6 No. 1 Januari 2014, 95.

¹⁴Fiena Aristya, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Menerima Alat Pembayaran Yang Tidak Sah Dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *JOM Fakultas Hukum*, Vol. 2 Nomor 2 Oktober 2015. 13-14.

dapat dilihat dalam putusan hakim yang adil serta menerapkan asas-asas dan aturan hukum. Selain membuat kebijakan dalam peraturan perundang-undangan negara bertugas melakukan pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen, termasuk pembinaan dan pengawasan kegiatan periklanan¹⁵. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah informasi iklan yang tidak benar yang mempengaruhi minat beli konsumen dan harga yang harus di bayarkan.

9. Wiji Saraspeni (2016), dalam karyanya yang berjudul "*Perlindungan Konsumen Terhadap Hak Atas Informasi Harga Pada Menu Makanan, Dalam Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*" dijelaskan bahwa di kawasan Malioboro para pelaku usaha makanan tidak memberikan informasi yang jelas terhadap harga makanan yang mereka jual. Dari pandangan beberapa konsumen mengatakan bahwa belum ada perlindungan yang diberikan secara langsung dari pelaku usaha warung makan pada saat transaksi seperti kompensasi, garansi kekecewaan ataupun nota jual beli.¹⁶ Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah tidak adanya label harga barang, yang memungkinkan penipuan terhadap konsumen.

¹⁵Adi Handono, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Informasi Iklan Barang dan Jasa Yang Menyesatkan", *Tesis*, Jember: Universitas Jember, 2011. 157

¹⁶ Wiji Saraspeni, "Perlindungan Konsumen Terhadap Hak Atas Informasi Harga Pada Menu Makanan, Dalam Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Skripsi*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016, i.

10. Resa Raytiaputri (2013), dalam karyanya yang berjudul “*Implementasi Pasal 7 Huruf B Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terkait Pemberian Informasi Kepada Konsumen Dalam Perjanjian Pembiayaan Konsumen*” dijelaskan bahwa penerapan Pasal 7 huruf b Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen saling berhubungan dalam memberikan informasi kepada konsumen tentang kerugaian yang didapat akibat kurangnya informasi yang didapat oleh konsumen berubah kerugaian uang berupa denda yang dialami konsumen karena kurang jelas informasi.¹⁷ Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah fokus penelitian tentang informasi perjanjian pembiayaan konsumen yang sifatnya merugikan konsumen.

Dari 10 karya ilmiah sebelumnya hanya menerangkan mengenai aturan secara yuridis saja, sedangkan dalam penelitian ini penulis menerangkan mengenai ketentuan yuridis secara aturan dan studi praktik di lapangan mengenai perlindungan hukum konsumen, khususnya pada perbedaan harga pada minimarket.

B. Kerangka Teori

1. Perlindungan Konsumen

a. Pengertian perlindungan konsumen

¹⁷ Resa Raytiaputri, “Implementasi Pasal 7 Huruf B Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terkait Pemberian Informasi Kepada Konsumen Dalam Perjanjian Pembiayaan Konsumen”, *Artikel Ilmiah*, Malang: Universitas Brawijaya, 2013, 12.

Pengertian perlindungan konsumen menurut dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹⁸

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen dan membuka akses informasi tentang barang dan jasa baginya serta menumbuhkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggungjawab.¹⁹

Undang-Undangn perlindungan konsumen dibentuk untuk menghindari adanya kekosongan hukum di bidang perlindungan konsumen dan menjadi ketentuan khusus yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Jadi, perlindungan konsumen sama dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen dan secara umum ada 4 hak dasar yang ini diakui secara internasional dalam perkembangannya yaitu:²⁰

- 1) Hak konsumen untuk mendapatkan keamanan;
- 2) Hak konsumen dalam mendapatkan informasi;
- 3) Hak konsumen untuk memilih;
- 4) Hak untuk didengar.

¹⁸Ahmad Muri dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 1.

¹⁹Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Perlindungan Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), 9.

²⁰Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 47-48.

b. Pengertian hukum perlindungan konsumen

Pada dasarnya peran hukum untuk memajukan perekonomian adalah mewujudkan ekonomi dan pasar yang dapat bersaing dengan dunia luar. Di dalam perlindungan konsumen terdapat dua istilah hukum yakni hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara pihak-pihak yang memiliki hubungan dengan barang dan/atau jasa di dalam kehidupan sosial.²¹ Sedangkan hukum perlindungan konsumen adalah semua asas dan kaidah yang mengatur konsumen dalam hubungan dan menyediakan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.²²

Berdasarkan pengertian hukum konsumen dan perlindungan konsumen terhadapnya perbedaan yaitu pada objek yang dikaji. Hukum konsumen membahas yang berkaitan pada transaksi-transaksi antara konsumen dan pelaku usaha yang berobjek barang dan/atau jasa dengan memberikan perlindungan hukum kepada konsumen berupa kewajiban dan hak-hak pelaku usaha dan konsumen. sedangkan hukum perlindungan konsumen kajian hukumnya membahas tentang perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam melakukan transaksi dengan bentuk perlindungan hukum yang

²¹Shidarta, *Hukum...*, 11.

²²Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoretis dan Pengembangan Pemikiran*, (Bandung: Nusa Media, 2008), 47

diberikan kepada konsumen adalah berupa ikut sertanya negara untuk melindungi konsumen dari kegiatan bisnis yang tidak jujur.

Secara garis besar hukum perlindungan konsumen pada dasarnya merupakan bagian khusus dari hukum konsumen, di mana tujuan hukum perlindungan konsumen secara khusus mengatur dan melindungi kepentingan konsumen atas barang dan/atau jasa yang ada di masyarakat. Dan hukum perlindungan konsumen memberikan manfaat kepada konsumen yaitu berupa kenyamanan kepada konsumen, karena dengan berjalannya penegakan hukum perlindungan konsumen maka dampak hukum bagi pelaku usaha sebagai produsen akan berhati-hati akan resiko hukum.²³

c. Asas dan tujuan perlindungan konsumen

Di dalam suatu peraturan, hal yang paling penting dalam terbentuknya suatu peraturan adalah asas. Asas dapat diartikan dasar yang menjadi tumpuhan berfikir atau berpendapat, dasar cita-cita atau hukum dasar. Asas dapat juga disebutkan pengertian dan nilai-nilai

Adapun “asas-asas perlindungan konsumen berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”:

²³Ali Mansyur dan Irsan Rahman, “Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional”, *Jurnal Pembaharuan Hukum*, Vol. II No. 1 Januari – April 2015, 3.

- 1) Asas manfaat, yaitu segala bentuk upaya dalam dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha;
- 2) Asas keadilan, yaitu seluruh rakyat ikut serta dalam mewujudkan dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha sehingga memperoleh hak serta kewajiban secara adil;
- 3) Asas keseimbangan, yaitu dengan memberikan kepentingan dan keseimbangan antara pelaku usaha, konsumen dan pemerintah;
- 4) Asas keselamatan dan keamanan konsumen yaitu memberikan kepastian yang dijamin oleh hukum atas keselamatan dan keamanan konsumen;
- 5) Asas kepastian hukum, yaitu antara konsumen dan pelaku usaha dapat menaati hukum dan mendapatkan keadilan hukum dalam menjalankan perlindungan konsumen, serta pemerintah dapat memberikan jaminan buat pelaku usaha dan konsumen dalam kepastian hukum.

Selain itu “Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” juga menjelaskan tujuan dari Perlindungan Konsumen yaitu:

- 1) meningkatkan kesadaran, kemandirian dan kemampuan konsumen untuk melindungi diri;

- 2) mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan menghindarkan dari hal negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- 3) meningkatkan perlindungan dalam menentukan, memilih dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4) menciptakan sistem perlindungan konsumen yang memiliki unsur kepastian hukum dan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) meningkatkan kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan konsumen;
- 6) meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa.

Tujuan ini dapat tercapai secara maksimal jika didukung oleh keseluruhan sistem perlindungan yang diatur dalam undang-undang ini, tanpa mengabaikan fasilitas penunjang dan kondisi masyarakat.

2. Konsumen

a. Pengertian konsumen

Menurut ahli bahasa kata (*customer*) Inggris-Amerika, atau (*konsument*) Belanda. Secara harfiah arti kata konsumen itu adalah lawan dari produsen, setiap orang yang menggunakan barang dan jasa.

Tujuan dari penggunaan barang dan jasa itu menentukan konsumen termasuk kelompok mana.²⁴

Kamus Besar Bahasa Indonesia kata konsumen dapat diartikan sebagai pemakai barang hasil produksi berupa bahan makanan, pakaian, dan sebagainya.

Dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”²⁵

Pakar ekonomi syari’ah yang bernama Muhammad dan Alimin memberikan penjelasan tentang konsumen yaitu setiap orang, kelompok dan badan hukum yang memakai suatu harta benda dan jasa karena adanya hak yang sah baik dia dipakai untuk pemakai akhir ataupun untuk proses produksi berikutnya.²⁶

Dari pengertian konsumen tersebut, makan konsumen dapat dibagi menjadi tiga jenis konsumen berdasarkan fungsinya yaitu:²⁷

²⁴Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: Prenadamedia Group, 2018), 2.

²⁵Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, (Surabaya: Permata Press, 2016),

²⁶Mariam Darus Badrul Zaman, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, (Bandung: Alumni, 1981), 48.

²⁷Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media 2002), 13.

- 1) Konsumen komersial, yaitu konsumen yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain untuk mendapatkan keuntungan;
- 2) Konsumen antara yaitu setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk diperdagangkan kembali;
- 3) Konsumen akhir yaitu pengguna atau pemanfaat terakhir dari suatu produk untuk digunakan dirinya sendiri dan keluarganya.

b. Hak-Hak Konsumen

Sebagai pengguna barang dan/atau jasa, konsumen memiliki hak-hak. “Menurut Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen hak-hak konsumen” yaitu:

- 1) hak atas keamanan, kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) hak memilih barang dan/atau jasa dan mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar yang dijanjikan;
- 3) hak atas informasi yang jelas, jujur dan benar atas keadaan barang dan/atau jasa;
- 4) hak didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) hak mendapatkan pembelaan, perlindungan dan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara baik;
- 6) hak mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;

- 7) hak diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak membedakan;
- 8) hak mendapatkan ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian;

Dari hak-hak tersebut konsumen diwajibkan dilindungi, karena konsumen dianggap memiliki suatu kedudukan yang tidak seimbang dengan pelaku usaha ketika ketidak seimbangan ini menyangkut bidang pendidikan dan posisi tawar yang dimiliki oleh konsumen, seringkali konsumen tidak berdaya menghadapi posisi lebih kuat dari pelaku usaha. Kurangnya kesadaran dan pengetahuan konsumen, dijadikan kesempatan bagi para pelaku usaha dalam transaksi yang mempunyai niat tidak baik dalam menjalankan usaha, yaitu berprinsip mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dengan memanfaatkan sumber daya yang ada.

Perdagangan yang adil dan jujur menurut Alquran adalah perdagangan yang tidak menganiaya dan teraniaya. Hal ini sesuai dengan Firman Allah SWT:

فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ

فَلَكُمْ رُءُوسٌ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ (٢٧٩)

Artinya: *kalau tidak kamu lakukan, ketahuilah Allah dan rasul-Nya akan mengumumkan perang terhadapmu. Bila kamu bertobat,*

*bagimulah pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan teraniaya. (Q.S. Al-Baqarah [2] : 279)*²⁸

Sekilas ayat ini memang membahas tentang riba, tapi secara dalam ayat ini mengandung pesan tentang perlindungan konsumen. Ayat ini tidak membahas tentang menganiaya dan tidak membahas teraniaya. Dalam perdagangan ayat terakhir mengandung perintah terhadap perlindungan konsumen, dengan menjelaskan bahwa konsumen dan pelaku usaha dilarang untuk menganiaya dan teraniaya.

Menurut Hukum Islam terdapat enam hak konsumen yang membutuhkan keseriusan dari pelaku usaha, yaitu: ²⁹

- 1) Hak mendapat informasi yang adil, jujur, benar dan tidak adanya pemalsuan;
- 2) Hak mendapatkan lingkungan sehat dan keamanan produk;
- 3) Hak mendapatkan pembelaan dan penyelesaian sengketa;
- 4) Hak mendapatkan perlindungan dari penyalahgunaan keadaan;
- 5) Hak mendapatkan ganti rugi akibat kegagalan dari suatu produk;
- 6) Hak memilih dan memperoleh nilai tukar yang sesuai.

c. Kewajiban konsumen

“Kewajiban konsumen menurut Pasal 5 Undang-Undang 8

Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:

²⁸ Quran Karim dan Terjemahan Artinya..., 82

²⁹ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), 195-234.

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- 2) beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- 3) membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- 4) mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.”

Kewajiban konsumen tidak diterangkan secara jelas dalam Hukum Islam, tapi sebagai bentuk keadilan dan keseimbangan maka dijelaskan sebagai berikut:³⁰

- 1) berniat dengan baik dalam melakukan transaksi barang dan/atau jasa;
- 2) Mencari tau informasi dalam segala aspek dari suatu barang dan/atau jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan harga atau nilai yang telah disepakati dan dilandasi rasa saling rela merelakan, yang diwujudkan dengan ijab dan qabul;
- 4) Mengikuti tahapan kegiatan untuk menyelesaikan sengketa yang berhubungan dengan perlindungan konsumen.

Dalam Hukum Islam tidak diterangkan secara jelas tentang kewajiban konsumen, tetapi jika di lihat dari tujuan pengaturan itu untuk

³⁰Nurhalis. *Perlindungan Konsumen.....*, 532-533.

memberikan manfaat atau kebaikan pada konsumen dan para pelaku usaha, dan hal ini sudah sesuai dengan Hukum Islam.

3. Jual Beli Menurut Hukum Islam

a. Pengertian Jual Beli

Di dalam Hukum Islam, kegiatan jual beli termasuk ke dalam hukum perjanjian/perikatan atau dalam bahasa Arab *'aqd*. Jual beli yaitu suatu kegiatan tukar menukar antara barang dengan uang atau barang lain dengan cara saling merelakan hak milik.³¹

Dan penjelasan jual beli secara *syara'* adalah tukar menukar harta dengan harta untuk memiliki dan memberi kepemilikan. Dari penjelasan di atas terdapat pengertian jual beli baik secara terminologi dan etimologi, jual beli menurut etimologi yaitu tukar menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.³² Sedangkan jual beli menurut terminologi yaitu tukar menukar secara mutlak.

b. Dasar Hukum Jual Beli

Dasar hukum jual beli ialah *ijma'* yaitu karena manusia sebagai masyarakat selalu membutuhkan apa yang dihasilkan dan dimiliki oleh orang lain.³³ Jual beli pada dasarnya merupakan akad yang

³¹Hendi Suhedi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), 68.

³²Ahmad Wardi Muslich, *"Fikih Muamalah"* (Jakarta: Amzah, 2010), 173.

³³Muhammad Yunus, dkk. "Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Go-Food", *Amwaluna*, Vol. 2 No. 1 2018. 149.

diperbolehkan. Diantara dalil yang membolehkan akad jual beli yaitu sesuai dengan Firman Allah SWT:

....وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا... (٢٧٥)

Artinya:sedangkan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.... (Q.S. Al Baqarah [2] : 275)³⁴

Adapun juga dalil yang membolehkan akad jual beli yaitu sesuai dengan firman Allah SWT:

....وَأَشْهِدُوا ذَاتَ بَيِّنَاتٍ... (٢٨٢)

Artinya:dan adakan saksi apabila kamu berjual-beli.... (Q.S. Al-Baqarah [2] : 282)³⁵

Ayat tersebut menjelaskan tentang dasar kebolehan hukum jual beli dan keharaman riba. Allah SWT adalah zat yang maha mengetahui atas hakikat persoalan kehidupan. Maka, jika dalam suatu perkara terdapat manfaat maka akan diperintahkan untuk dilaksanakan.³⁶

Kaidah fikih yang khusus membahas di bidang jual beli yaitu:

الأصل في المعاملة الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها

Artinya: hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.³⁷

Dalam kaidah ini menjelaskan bahwa setiap transaksi pada dasarnya boleh seperti gadai, sewa menyewa, jual beli, perwakilan, kerja

³⁴ Quran Karim dan Terjemahan Artinya..., 81

³⁵ Quran Karim dan Terjemahan Artinya..., 84

³⁶ Siswadi, "Jual Beli Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ummul Quran*, Vol. 2 Agustus 2013.

³⁷ Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih*, (Jakarta: Kencana, 2016), 130

sama dan lainnya kecuali yang diharamkan seperti mengakibatkan bahaya, riba, judi ataupun tipuan.

Ijma' para ulama memberikan hikmah bahwa manusia pada dasarnya saling membutuhkan dan memiliki hubungan sesuatu dengan orang lain, dimana kepemilikan tersebut tidak akan diberikan secara langsung tetapi adanya kompensasi yang harus diberikan. Karena pada dasarnya manusia tidak akan bisa tanpa bantuan dari orang lain. Dan berdasarkan dalil tersebut, maka jelas sekali bahwa pada dasarnya kegiatan akad jual beli mendapatkan pengakuan *syara'* dan sah atau boleh dalam melaksanakan kehidupan sosial manusia.³⁸

c. Rukun Dan Syarat Jual Beli

Rukun secara bahasa adalah adalah harus dipenuhi untuk sahanya suatu pekerjaan. Sedangkan syarat adalah ketentuan yang harus dindahkan dan dilakukan.

Di dalam transaksi jual beli harus terpenuhi rukun dan syaratnya. Dalam jual beli rukun yaitu sesuatu hal yang harus ada dalam setiap perbuatan hukum. Rukun jual dan beli tersebut terdapat empat macam, yaitu:³⁹

- 1) Akad (Ijab qabul), akad menurut bahasa adalah ikatan yang ada diantara ujung suatu barang. Sedangkan menurut istilah ijab

³⁸ *Ibid.*, 62.

³⁹Shobirin, "Jual Beli Dalam Pandangan Islam," *Jurnal Beli dalam Pandangan Islam*, Vol. 3 No. 2 Desember 2015. 246-251.

qabul menurut cara yang di isyaratkan sehingga tampak akibatnya;

- 2) Orang yang berakad (subjek) yaitu dua pihak yang terdiri dari penjual dan pembeli. Dimana orang yang melakukan akad dalam jual beli;
- 3) *Ma'kud alaih (objek)* yaitu adanya barang dan/atau jasa yang menjadi sahnya transaksi atau menjadi sebab terjadinya perjanjian atau transaksi jual beli;
- 4) Adanya nilai tukar dalam pergantian barang, yaitu sesuatu yang memenuhi tiga syarat diatas, dimana memiliki nilai, menghargakan suatu barang dan dapat dijadikan alat tukar.

4. Pelaku Usaha

a. Pengertian pelaku usaha

Pelaku usaha merupakan pengertian secara yuridis dari istilah produsen. Pengertian pelaku usaha dapat juga dirumuskan secara khusus dalam Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu “Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Undang - Undang Perlindungan Konsumen berusaha mendefinisikan pelaku usaha secara luas. Pelaku usaha yang dijelaskan meliputi produsen dan distributor serta pelaku usaha periklanan.⁴⁰

b. Hak-hak pelaku usaha

“Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha memiliki hak yaitu:”

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

⁴⁰Mahendra Adhi Purwanta, “Pelanggaran Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Penggunaan Produk Plastik Berbahaya Sebagai Kemasan Makanan dan Minuman”. *Skripsi*, Depok, Universitas Indonesia, 2008. 14.

c. Kewajiban pelaku usaha

“Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”, pelaku usaha memiliki kewajiban yaitu:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Pelaku usaha mempunyai kewajiban melindungi konsumen dalam hal ini karena antara pelaku usaha dan konsumen telah terjadi hubungan yang mengharuskan pihak pelaku usaha bertanggungjawab apabila terjadi wanprestasi⁴¹ dan pelaku usaha yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen mewajibkan memberikan informasi, penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan yang jelas dan benar mengenai barang dan jasa karena jika informasi tidak diberikan secara jelas maka dapat terjadinya cacat produk yang dapat merugikan konsumen.

d. Larangan bagi pelaku usaha

Larangan bagi pelaku usaha di atur dalam “Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999” dijelaskan kedalam dua larangan pokok yaitu:

- 1) Pelaku usaha tidak boleh menjual barang yang rusak, bekas, cacat atau tidak memberikan keterangan informasi secara jelas atas barang yang dimaksud.
- 2) Pelaku usaha tidak boleh menjual barang farmasi atau makanan yang rusak rusak, cacat, bekas dan tercemar dengan tidak memberikan informasi yang jelas.

⁴¹Desy Ary Setyawati, dkk. “Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggungjawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik”, *Syiah Kuala Law Journal*, Vol. 1 No. 3 Desember 2017, 44.

Seperti yang dijelaskan diatas bahwa informasi merupakan hal yang penting buat konsumen karena melalui informasi tersebut konsumen dapat mempergunakan hak pilihnya secara benar. Hak untuk memilih tersebut merupakan hak dasar yang tidak dapat dihapuskan oleh siapa pun.⁴²

5. Label Harga

Label adalah bagian dari sebuah produk yang memberikan informasi berbentuk komunikasi secara tertulis kepada konsumen tentang suatu produk atau penjualannya. Menurut Tjiptono label adalah bagian dari produk yang memberikan informasi tentang produk yang dijual. Label bagian dari kemasan yang merupakan tanda pengenal yang dicantumkan pada produk.⁴³

Label harga adalah tempat dimana harga barang dagangan biasa ditempelkan. Label harga didalam sebuah minimarket ataupun supermarket sangatlah penting, karena dengan adanya label harga pembeli bisa tahu harga barang dagangan. Pemberian label dipengaruhi oleh:

- a. Harga unit (*unit pricing*), yaitu menyatakan harga per unit dari ukuran standar;
- b. *Tanggal kadaluarsa (open dating)*, yaitu menyatakan berapa lama produk layak dikonsumsi;

⁴²Abdul Halim Barkatullah, *Hukum...*, 41.

⁴³ Tjiptono dan Fandy, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), 107

- c. *Label keterangan gizi (nutritional labeling)*, yaitu menyatakan nilai gizi dalam produk.⁴⁴

⁴⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2000), 478.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, yaitu sebuah penelitian dimana ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam keabsannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya.⁴⁵

Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan sebagai berikut:

1. Pendekatan yuridis empiris, yaitu sebuah pendekatan yang dilakukan dengan melihat kenyataan di lapangan secara langsung.
2. Pendekatan sosiologis yaitu sebuah pendekatan yang terjun langsung dimasyarakat.
3. Pendekatan konseptual yaitu pendekatan dalam penelitian hukum yang memberikan sudut pandang analisa penyelesaian permasalahan dalam penelitian hukum dilihat dari aspek konsep-konsep hukum yang melatarbelakanginya, atau bahkan dapat dilihat dari nilai-nilai yang terkandung dalam penormaam sebuah peraturan kaitannya dengan konsep-konsep yang digunakan.

⁴⁵Pupu Saeful Rahmat, "Penelitian Kualitatif", *Equilibrium*, No. 9 Januari – Juni 2009. 2.

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu sebuah proses yang menghasilkan data dengan menggambarkan apa adanya suatu data tertulis maupun lisan secara tepat dari orang-orang, atau perilaku yang diamati dan menggambarkan secara tepat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu atau untuk menentukan penyebaran suatu gejala atau untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara suatu gejala lain dalam masyarakat.⁴⁶

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kota Yogyakarta yaitu salah satu cabang minimarket Alfamart yang beralamat di Jalan Kaliurang KM. 13 Sleman Yogyakarta. Pemilihan lokasi ini berdasarkan hasil dari observasi secara langsung baik pengamatan maupun bertanya ke beberapa orang yang pernah mengalami selisih harga saat bertransaksi di minimarket Alfamart Kaliurang KM. 13.

C. Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan orang yang dirujuk untuk dapat memberikan keterangan secara jelas dan terperinci sesuai dengan tema penelitian. Dalam penelitian ini ada dua informan yang penulis rujuk sebagai orang yang akan memberikan informasi serta data-data yang diperlukan.

⁴⁶Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 25.

- 1) Informan kunci, yaitu orang yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Dalam informan ini merupakan pegawai Alfamart.
- 2) Informan utama, yaitu orang yang terlibat secara langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Dalam hal ini merupakan konsumen yang mengalami perbedaan harga di minimarket Alfamart.

D. Teknik Penentuan Informan

Informan penelitian adalah seseorang yang dapat memberikan informasi. Pada penelitian ini dalam menentukan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu sebuah teknik pengambilan sampel yang menjadi sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁴⁷ Dengan teknik *purposive sampling* pemilihan informan dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditentukan penulis berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria yang penulis tentukan dalam penentuan informan yaitu;

1. Yang berhubungan langsung dengan minimarket Alfamart;
2. Yang mengetahui, berkenaan langsung dan mengalami secara langsung masalah yang diangkat oleh penulis;
3. Intensitas melakukan transaksi di minimarket Alfamart.

Dalam penelitian ini, penulis menentukan dua kategori informan berdasarkan kriteria diatas yaitu;

⁴⁷Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 126.

1. Pegawai minimarket Alfamart, selaku yang mengetahui bagian sistem penentuan harga di minimarket Alfamart berhubungan langsung dengan konsumen;
2. Konsumen yang melakukan transaksi secara langsung di minimarket Alfamart yang berdasarkan kriteria di atas.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh suatu kebenaran dalam penulisan skripsi ini metode yang dipergunakan dalam mengumpulkan data penelitian yaitu penelitian lapangan (*field research*), adalah penelitian yang dilakukan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti, yaitu dari pandangan konsumen dan dari para pihak yang bertanggungjawab atau berwenang terhadap minimarket Alfamart yang di teliti oleh penulis tentang perlindungan konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini. Serta mencari informasi yang akurat dan fakta-fakta yang terjadi di lapangan kemudian menarik sebuah kesimpulan.

Data yang akan penulis kaji terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Data primer

Data primer yang digunakan adalah undang-undang tentang perlindungan konsumen yang berlaku dan mengikat sesuai dengan kajian penelitian.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari hasil pengamatan secara langsung sesuai dengan keadaan di lapangan. Data sekunder dapat diperoleh dengan pendekatan wawancara.

Dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi merupakan proses pengamatan sistematis dari aktivitas manusia dan pengaturan fisik dimana kegiatan tersebut berlangsung secara terus menerus dari fokus aktivitas bersifat alami untuk menghasilkan fakta.⁴⁸ Jadi mengobservasi dapat dilakukan dengan pengelihatan, penciuman, pendengaran, peraba, dan pengecepan atau bisa disebut dengan pengamatan langsung.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, bertemu secara langsung antara siperwawancara dengan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara. Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan yang "open ended" atau wawancara dengan jawaban dari responder tidak sebatas satu tanggapan saja.⁴⁹

⁴⁸ Hasyim Hasanah, "Teknik-Teknik Observasi", *Jurnal at-Taqaddum*, Vol. 8 Nomor 1 Juli 2016, 26.

⁴⁹ Dedi Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), 180.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan, pemilihan, pengolahan dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, penulis mengumpulkan buku, laporan, dokumen, dan sebagainya. Salah satu buku yang menjadi landasar dalam penulisan penelitian ini yaitu buku Hukum Perlindungan Konsumen karya Aulia Muthiah, di dalam buku ini banyak menjelaskan tentang seluk beluk hukum perlindungan konsumen dan membahas tentang pelaku usaha yang membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih kredibel.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh, dikumpulkan dan dicatat. Pembuktian penelitian ini dilakukan dengan salah satu metode uji keabsahan data yaitu metode kredibilitas⁵⁰. Metode kredibilitas atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak diragukan sebagai sebuah karya ilmiah.

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk menguji kredibilitas dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi

⁵⁰Sugiono, *Metode Penelitian...*, 270

adalah teknik dalam memeriksa keabsahan data dengan memanfaatkan yang lain di luar data dan memeriksa atau membandingkan terhadap data tersebut.⁵¹

Triangulasi dibagi menjadi empat, antara lain sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber, menguji keabsahan data dengan cara membandingkan berbagai sumber yang berbeda;
2. Triangulasi metode, menguji keabsahan data dengan membandingkan berbagai teknik yang tidak sama terhadap sumber yang sama;
3. Traingulasi peneliti, menguji keabsahan data dengan cara memberikan memanfaatkan peneliti atau pengamat lain dengan melakukan memeriksa kembali terhadap data yang didapatkan;
4. Triangulasi teori, menguji keabsahan data dengan cara menggunakan teori dengan melihat asumsi bahwa fakta tertentu tanpa memeriksa tingkatan kepercayaan dengan satu teori atau lebih.⁵²

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik triangulasi sumber, dimana penulis membandingkan informasi yang diperoleh dengan sumber yang berbeda. Penulis melakukan wawancara dengan tiga orang yang berbeda dan data yang diperoleh dari tiga orang tersebut bisa menghasilkan data yang kredibel.

G. Teknik Analisis Data

Pengolahan data dalam suatu penelitian merupakan kegiatan yang menjelaskan penelitian sehingga penulis bisa mendapatkan dari dari hasil

⁵¹Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, (Yogtakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 130

⁵² *Ibid.*, 131-132.

penelitian dan kemudian di analisa dengan cara metode deskriptif, dimana semua data yang didapatkan baik dari lapangan maupun yang didapatkan dari kepustakaan dipilih, disusun dan disimpulkan secara teratur.

Data pertama yang dikumpulkan adalah data-data yang berupa segala peraturan-peraturan yang tertulis yang masih berlaku dan mengikat sesuai dengan kajian penelitian seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Data kedua yang dikumpulkan adalah data-data dari dokumen-dokumen berupa buku-buku, jurnal atau laporan yang memuat tentang pembahasan yang sesuai dengan pemahasan skripsi ini.

Dan data ketiga yang dikumpulkan adalah data-data yang di dapatkan dari lapangan mengenai penyebab terjadinya selisih harga dapada label harga dengan di kasir.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk

Alfamart adalah sebuah brand minimarket penyedia kebutuhan hidup sehari - hari yang dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Pada tahun 1989 merupakan awal berdirinya Alfamart, dengan dimulainya usaha dagang rokok dan barang - barang konsumsi oleh Djoko Susanto dan keluarga yang kemudian mayoritas kepemilikannya dijual kepada PT. HM Sampoerna pada Desember 1989. Pada tahun 1994 Struktur kepemilikan berubah menjadi 70% dimiliki oleh PT HM Sampoerna Tbk dan 30% dimiliki oleh PT Sigmantara Alfindo (keluarga Djoko Susanto).

PT. Alfa Minimart Utama (AMU) didirikan pada tanggal 27 Juli 1999, dengan pemegang saham PT. Alfa Retailindo, Tbk sebesar 51% dan PT. Lancar Distrindo sebesar 49%. PT. Alfa Minimart Utama (AMU) ini kemudian membuka Alfa Minimart pada tanggal 18 Oktober 1999 berlokasi di jalan Beringin Raya, Karawaci Tangerang.

Pada tanggal 27 Juni 2002, PT. HM Sampoerna Tbk secara resmi merestrukturisasi kepemilikan sahamnya di PT. Alfa Retailindo Tbk. Saham HM Sampoerna di Alfa Retailindo yang semula 54,4% dikurangi menjadi 23,4%. Di sisi lain, perusahaan rokok terbesar kedua di Indonesia akan mulai

menggarap serius pasar minimarket yang selama ini belum tergarap melalui Alfa.

Pada tanggal 1 Agustus 2002, kepemilikan beralih ke PT. Sumber Alfaria Trijaya dengan pemegang saham PT.HM. Sampoerna, Tbk sebesar 70% dan PT.Sigmantara Alfalindo sebesar 30%. Kemudian nama Alfa Minimart diganti menjadi Alfamart pada tanggal 1 Januari 2003. Pada tahun 2005 Jumlah gerai Alfamart bertumbuh pesat menjadi 1.293 gerai hanya dalam enam tahun. Semua toko berada di pulau Jawa.

Awal tahun 2006 PT HM Sampoerna Tbk menjual sahamnya, sehingga struktur kepemilikan menjadi PT Sigmantara Alfindo (60%) dan PT Cakrawala Mulia Prima (40%). Mendapat Sertifikat ISO 9001:2000 untuk Sistem Manajemen Mutu”. Pertengahan 2007 Alfamart sebagai Jaringan Minimarket Pertama di Indonesia yang memperoleh Sertifikat ISO 9001:2000 untuk Sistem Manajemen Mutu. Jumlah gerai mencapai 2000 toko dan telah memasuki pasar Lampung. Awal 2009 menjadi perusahaan publik pada tanggal 15 Januari 2009 di Bursa Efek Indonesia disertai dengan penambahan jumlah gerai mencapai 3000 toko dan juga memasuki Pasar Bali.⁵³ Berdasarkan dari profil PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk maka Alfamart memiliki visi, misi dan nilai yaitu:

a. Visi, Misi dan Nilai PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk

1) Visi

⁵³PT. Sumber Alfaria Trijaya, “Tonggak Perjalanan”, dikutip dari <http://corporate.alfamartku.com/sejarah-alfamart> diakses pada hari Senin tanggal 7 Januari 2019 pukul 06.30 WIB.

Menjadi jaringan distribusi ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global

2) Misi

- a) Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul;
- b) Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku, etika bisnis yang tinggi;
- c) Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan cara menumbuh-kembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha;
- d) Membangun organisasi global yang terpercaya, sehat dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

3) Nilai

Menjunjung tinggi integritas, inovasi, kualitas dan produktifitas, kerjasama tim dan kepuasan pelanggan. Merupakan nilai dan budaya perusahaan.

2. Penyebab Selisih Harga Produk Pada Label Harga Dan Kasir Di Alfamart Kaliurang KM. 13

Dengan menggunakan sistem harga yang pas, maka konsumen di Alfamart dapat melihat informasi harga produk yang tercantum pada label

harga di bawah barang tanpa harus menanyakan harga barang tersebut kepada pegawai, dengan pencatuman harga di bawah barang dapat memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi pembelian. Tapi, menggunakan sistem harga yang pas tidak membuat semua produk barang mencantumkan harga yang sesuai pada label harga. Tidak jarang terjadi perbedaan harga sehingga terjadinya selisih produk yang menjadikan konsumen merasakan bingung dan merasa dirugikan. Dari kejadian ini pegawai memberikan penjelasan mengenai selisih harga pada barang yang dijual yaitu:

a. Kelalaian pegawai Alfamart

Pegawai kurang berhati-hati dalam mencantumkan harga barang, harga baru yang sudah di cetak dan siap untuk dicantumkan untuk mengganti harga barang tersebut. Kelalaian pegawai terjadi karena ada barang yang memiliki tempat pemajangan yang berbeda. Contohnya minuman, makanan ringan, bahan makanan dan barang lainnya, sedangkan harga yang sudah siap untuk dicantumkan hanya untuk satu tempat saja. Hal ini membuat tidak semua barang terpasang harga terbaru. Ini menjadi alasan terjadinya adanya selisih harga pada label harga saat transaksi pembayaran di kasir.

b. Kelupaan pegawai Alfamart

Pegawai lupa untuk mengganti harga barang baru dengan harga barang lama, selain itu pegawai kurang berhati-hati dalam menyimpan harga barang terbaru. Ini terjadi karena banyaknya

tugas di toko, contohnya mencantumkan harga suatu barang belum selesai, barang baru datang dari kantor. Ditambah banyaknya konsumen yang berdatangan mengakibatkannya pegawai harus melayani konsumen terlebih dahulu. Sedangkan harga barang barang belum diganti, sehingga pencantuman harga tidak diselesaikan dengan baik dan membuat teledoran pegawai dalam menaruh harga barang sehingga menyebabkan selisih harga.

c. Harga barang yang bermasalah dari kantor pusat

Sebelum perubahan harga barang yang ada di minimarket, terlebih dahulu kantor mengirim pemberitahuan perubahan harga barang terbaru melalui *e-mail*. Tapi harga yang dikirim dari kantor tidak selalu benar, ada beberapa yang mengalami masalah seperti harga-harga barang yang lagi dipromosikan. Selisih harga ini diketahui ketika pembayaran di kasir, saat melakukan pemindaian maka harga berubah dan tidak sesuai dengan harga promosi dan tidak pula memotong harga promosi tersebut sehingga harga yang tercantum mengalami selisih.⁵⁴

Selain wawancara dengan pegawai Alfamart, penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa konsumen Alfamart Kaliurang KM. 13 yang pernah mengalami dan mengetahui permasalahan selisih

⁵⁴Wawancara dengan Ratna Pegawai Alfamart Kaliurang KM. 13 di Yogyakarta, tanggal 18 Januari 2019

harga, dari wawancara beberapa orang maka hasil wawancara sebagai berikut:

- a. Faisal, ini lumayan sering dalam belanja di Alfamart Kaliurang KM. 13. Mas Faisal, pernah merasakan perbedaan harga dalam membeli tisu, dalam transaksi ini label harga mencantumkan harga Rp.13.000, namun ketika pembayaran dikasir harga yang tercantum berbeda, harga pada saat di kasir menunjukkan Rp.14.700 harga tersebut tidak sesuai dengan label harga yang terempel di rak atau mengalami perbedaan harga. Mas Faisal, ketika mengalami perbedaan harga tersebut tidak menanyakan soal perbedaan harga yang dialaminya kepada pegawai Alfamart.⁵⁵
- b. Tafil, ini sering berbelanja di Alfamart Kaliurang KM. 13. Tafil, pernah mengalami selisih harga dalam pembelian makanan ringan. Perbedaan harga tersebut diketahui ketika ia sudah sampai di kost dan melihat harga barang di struk pembayaran, walaupun harga tidak terlalu mencolok antara label harga dan saat pembayaran di kasir tapi kejadian ini sering terjadi saat ia belanja di Alfamart Kaliurang KM. 13. Ketika Mas Tafil berbelanja lagi di Alfamart Kaliurang KM. 13, ia tidak menanyakan tentang perbedaan harga tersebut.⁵⁶

⁵⁵Wawancara dengan Faisal Konsumen Alfamart Kaliurang KM. 13 di Yogyakarta, tanggal 21 Januari 2019

⁵⁶Wawancara dengan Tafil Konsumen Alfamart Kaliurang KM. 13 di Yogyakarta, tanggal 21 Januari 2019

- c. Deana, sering berbelanja di Alfamart Kaliurang KM. 13. Deana pernah mengalami selisih harga saat berbelanja di Alfamart Kaliurang KM. 13 waktu membeli bahan makanan yaitu *oatmeal*. Harga yang tertera di rak dengan yang di kasir berbeda, harga yang tertera di menunjukkan harga Rp.12.000 sedangkan saat melakukan pembayaran transaksi di kasir harga yang tercantum Rp.13.000. Saat mengetahui selisih harga tersebut, ia menanyakan kepada pegawai Alfamart tentang selisih harga tersebut dan pegawai Alfamart langsung memberikan harga yang sesuai dengan yang di rak dan mengucapkan permintaan maaf atas selisih harga tersebut.⁵⁷

B. Pembahasan

1. Perlindungan Hukum Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Perkembangan bidang perindustrian dan perdagangan nasional yang pesat memberikan kebebasan bagi konsumen untuk memilih barang atau jasa yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan hidup pokok masyarakat. Dalam bidang perekonomian jual beli merupakan hal yang sering dilakukan.

Jual beli adalah tukar menukar antara barang yang satu dengan barang yang lain ataupun dapat diartikan tukar menukar uang dengan barang lain dengan adanya syarat tertentu.⁵⁸ Transaksi jual beli merupakan kegiatan

⁵⁷Wawancara dengan Deana Konsumen Alfamart Kaliurang KM. 13 di Yogyakarta, tanggal 28 Januari 2019

⁵⁸Khabib Basori, *Muamalah...*, 7

yang tak bisa dilepaskan dalam kehidupan sehari-hari, kegiatan jual beli tersebut untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Dengan perkembangan perekonomian yang pesat memberikan dampak positif bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya dan memberikan kedudukan konsumen terhadap barang dan jasa yang diinginkan, serta terbukanya kebebasan untuk memilih aneka jenis barang atau jasa yang kualitasnya sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen seperti halnya kebutuhan pokok.

Kebutuhan pokok sehari-hari yang dibutuhkan oleh masyarakat pada umumnya adalah sembako dan kebutuhan rumah tangga yang memperjualbelikan kebutuhan tersebut di pasar tradisional maupun di pasar modern. Dengan perkembangan zaman, masyarakat lebih banyak memilih pasar modern sebagai pusat belanja dikarenakan pasar modern menjual produk-produk yang lebih lengkap. Salah satunya pasar modern adalah minimarket. Khususnya di pasar modern kita biasa melihat label-label yang menunjukkan harga dari suatu barang yang dijual, namun sering terjadi adanya perbedaan antara harga yang tercantum dan harga yang muncul di kasir.

Hukum perlindungan konsumen mengatur tentang hak-hak konsumen sebagai hak pribadi masyarakat. Hak-hak konsumen ini merupakan hak keperdataan yang dilindungi oleh peraturan perundang-undangan. Sebagai hak keperdataan konsumen harus memperjuangkan

sendiri haknya melalui saluran-saluran hukum perdata dan institusi hukum perdata yang disediakan oleh negara.

Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dibebankan kepada pihak-pihak terkait, karena prinsip tanggung jawab merupakan hal yang sangat penting dalam kajian hukum perlindungan konsumen. Menurut hukum perdata, setiap tuntutan pertanggung jawaban harus memiliki dasar, yaitu hal yang menyebabkan munculnya hak hukum seseorang atau untuk menuntut orang lain dan kewajiban hukum orang lain untuk bertanggung jawab.

Dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Hukum yang diberikan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atas selisih harga pada label harga dengan pembayaran di kasir yaitu:

1. Perlindungan hukum yang bersifat preventif (pencegahan), yaitu suatu bentuk perlindungan hukum yang bertujuan untuk mencegah terjadinya dan mengurangi kesalahan dalam memenuhi hak dan kewajiban konsumen dalam bertransaksi.
 - a. Pasal 4 huruf (b) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu “hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut

sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan”, dari Undang-Undang ini dijelaskan bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan barang dan/atau jasa yang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang diperjanjikan. Hal ini dengan mewajibkan pelaku usaha untuk mencantumkan harga barang secara jelas, mudah dibaca dan mudah dilihat. Harga barang harus ditempelkan dekat dengan barang. Dengan peraturan ini konsumen berhak untuk mendapatkan atau membayar barang dengan harga yang tertera pada label harga.

- b. Pasal 7 huruf (c) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu, “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa” dari Undang-Undang ini konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang benar dari produk yang dijual di minimarket, salah satunya dengan memberikan informasi harga barang yang di jual, sehingga konsumen dalam memilih produk dapat mengetahui kondisi atau harga produk yang ingin dibelinya.
- c. Pasal 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu: “Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan,

mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan”. Dari Undang-Undang ini terdapat satu point tentang “harga atau tarif barang dan/atau jasa” dimana para pelaku usaha wajib mencantumkan harga yang benar pada barang dan menunjukkan nilai barang yang di jual.⁵⁹

2. Perlindungan hukum yang bersifat represif (penyelesaian sengketa), yaitu suatu bentuk perlindungan hukum dimana ditujukan dalam penyelesaian sengketa.⁶⁰
 - a. Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu: “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.” dari penjelesan Undang-Undang ini maka konsumen dapat secara langsung meminta pelaku usaha untuk meminta pertanggung jawab atas kerugian yang diperoleh, bentuk pertanggung jawaban atas kerugian yang dialami konsumen dapat berupa pengembalian uang, pergantian barang, perawatan kesehatan dan juga santunan sesuai dengan kerugian yang dialami oleh konsumen.

⁵⁹Kementerian Perdagangan, “*Laporan Akhir Analisis...*”, 13

⁶⁰Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Bagi Rakyat diIndonesia*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987), 1-2

- b. Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu: “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.” dari penjeleasan Undang-Undang ini menjelaskan bahwa konsumen yang dirugikan haknya dapat menuntut pelaku usaha melalui jalur litigasi atau pengadilan akibat kerugian yang didapatkan oleh konsumen. Penyelesaian sengketa konsumen pada ayat ini tidak menutup kemungkinan penyelesaian sengketa dengan cara damai oleh para pihak yaitu pelaku usaha dan konsumen. Penyelesaian secara damai yaitu penyelesaian masalah yang dilakukan antara pelaku usaha dan konsumen tanpa melalui pengadilan atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan tidak bertentangan dengan undang-undang ini. Pasal 45 ayat (2) ini memungkinkan konsumen bernegosiasi langsung dengan pelaku usaha sehingga sengketa ini dapat diselesaikan.
- c. Pasal 47 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu: “Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita

oleh konsumen” dari Undang-Undang ini menjelaskan bahwa bentuk jaminan yang dimaksud yaitu berupa pernyataan tertulis dari pihak pelaku usaha yang menerangkan dalam tulisan tersebut.

2. Pandangan Hukum Islam Mengenai Selisih Harga Produk Pada Label Harga

Islam merupakan kajian yang universal, mengajarkan apa saja yang berkaitan dengan kehidupan manusia di muka bumi ini, salah satunya mengajarkan tentang hubungan manusia dengan manusia dalam rana kehidupan berekonomi. Dalam hal ekonomi sebagaimana dari juga dengan bidang-bidang ilmu lainnya tentu tidak akan luput dari pandangan Hukum Islam, yang bertujuan menuntun manusia agar selalu berada pada yang benar.

Hukum Islam mengisyariatkan aturan yang saling berhubungan antara manusia dengan kebutuhan hidup, dengan memberikan batasan terhadap keinginan dalam mendapatkan keinginannya dengan tidak memberikan kerugian terhadap orang lain yaitu dengan melakukan tukar menukar untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan jalan yang adil.⁶¹

Pada dasarnya manusia diberikan kebebasan untuk mengembangkan model dalam berekonomi. Dalam pengembangan berekonomi secara

⁶¹Naadzar Bakry, *Problematikan Pelaksanaan Fiqh Islam*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 1994), 57.

syariah tetap harus mempunyai landasan dan dasar hukum yang jelas dari perspektif Hukum Islam, landasan hukum ini dibutuhkan agar pengembangan ekonomi tidak melanggar ketentuan-ketentuan atau aturan-aturan yang sudah ada di dalam Alquran ataupun Hadis. Ada nilai ke-Islaman yang dapat di jadikan batasan kebebasan berekonomi yaitu:

- a. Larangan melakukan penipuan (*Gharar*), kata *gharar* dapat diartikan ketidak jelasan, penipuan, penyesatan atau sesuatu yang membahayakan⁶² penjelasan dari *gharar* yaitu ketidak jelasan objek transaksi yang dapat menimbulkan perselisihan antara pihak yang bertransaksi.⁶³
- b. Larangan berbuat zalim (*Man'u Dzalim*), dalam ekonomi syariah zalim yaitu melakukan sesuatu yang seharusnya tidak dilakukan, atau melakukan sesuatu yang terlarang dan meninggalkan sesuatu yang seharusnya dilakukan, kegiatan ini yang berujung pada kerugian sepihak atau kedua belah pihak sehingga menyebabkan ketidak seimbangan oleh para pihak.⁶⁴ Ketidak seimbangan ini disebut *bathil* dan segala sesuatu yang *bathil* adalah segala sesuatu yang tidak hak. Jadi bahwa setiap pelaku usaha atau konsumen yang hendak melakukan mendapatkan harta atau keuntungan diawali

⁶²Ahmad Maulidizen, "Riba, Gharar dan Moral Ekonomi Islam Dalam Perspektif Sejarah Da Komparatif: Satu Sorotan Literatur", *Islamiconomic Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 7 No. 2 Juli – Desember (2016), 147-148

⁶³Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Bandung: Walisongo Press, 2008), 96.

⁶⁴Illy Yanti dan Rafidah, "Ekonomi Islam Dalam Sistem Ekonomi Indonesia", *Kontekstualita*, Vol. 25 No. 1 Juli (2009), 21.

dengan jalan transaksi, jangan sampai memperolehnya dengan jalan yang dilarang oleh Hukum Islam.

- c. Larangan riba, riba merupakan suatu tambahan lebih dari modal asal atau mengambil dari sesuatu yang kamu berikan dengan cara berlebihan dari apa yang diberikan.⁶⁵

Selisih harga dalam jual beli tidak dibahas secara mendalam dalam Islam, belum ada dalil Alquran dan hadis yang membahas hukum dari selisih harga dalam transaksi jual beli. Boleh atau tidaknya dalam pandangan hukum dari kegiatan perekonomian atau muamalah adalah boleh. Dalam prinsip dasar Hukum Islam mengenai ekonomi syariah terdapat kaidah paling dasar dan paling utama dan disepakati oleh ulama yaitu:

الْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya: *“hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”*⁶⁶

Dasar hukum muamalah adalah boleh hingga ada dalil yang melarangnya, artinya jual beli diperbolehkan selama tidak adanya dalil yang melarang suatu kegiatan transaksi tersebut. Dalam hubungan antara manusia, pelaksanaannya diberikan kepada manusia dengan keadaan tidak bertolak belakang dengan prinsip atau aturan-aturan agama. Dari kaidah fikih, selisih

⁶⁵Waisul Chair, "Riba Dalam Perspektif Islam dan Sejarah", *Iqtishadia*, Vol 1 No. 1 Juni (2014), 100-101

⁶⁶Djazuli, *Kaidah-Kaidah...*, 130.

harga adalah boleh, hal ini karena belum adanya dalil yang mengharamkan.

Selain itu sesuai dengan firman Allah yaitu:

...وَآ حَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا... (٢٧٥)

Artinya:sedangkan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.... (Q.S. Al Baqarah [2] : 275)⁶⁷

Riba itu ada dua macam *riba fadhli* adalah riba yang berkaitan dengan jual beli yaitu tambahan tertentu uang disyaratkan dalam akad jual beli atau tukar menukar antara barang yang sama dengan mensyaratkan jumlah lebih banyak. Sedangkan *riba naṣiah* adalah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Dalam ayat ini riba yang dimaksud adalah *riba naṣiah* yang berlipat ganda sesuatu hal yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah.

Selain dari surah diatas, dapat pula dijelaskan bahwa kegiatan ekonomi yang adil dan jujur menurut Alquran adalah perdagangan yang tidak menzalimin dan tidak pula dizalimi, Allah SWT berfirman yaitu:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ

فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ (٢٧٩)

Artinya: kalau tidak kamu lakukan, ketahuilah Allah dan rasul-Nya akan mengumumkan perang terhadapmu. Bila kamu bertobat, bagimulah pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan teraniaya. (Q.S. Al-Baqarah [2] : 279)⁶⁸

⁶⁷ Quran Karim dan Terjemahan Artinya...., 81

⁶⁸ Quran Karim dan Terjemahan Artinya...., 82

Secara sekilas ayat ini menjelaskan tentang riba, tapi secara mendalam ayat ini memiliki pesan perlindungan konsumen. Di akhir ayat disebutkan tidak menganiaya dan tidak pula teraniaya. Dalam padangan perdagangan, jelas ayat terakhir memiliki makna perintah perlindungan konsumen, dan pelaku usaha dan konsumen tidak boleh untuk menganiaya dan teraniaya hal ini saling berhubungan.

Selain dari 2 surah diatas, ada pula hadis yang dapat menjelaskan hak jual beli untuk menghindari *gharar*. Adapun hadis yaitu:

حَدِيثُ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ بْنِ رَجُلًا ذَكَرَ لِلنَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ
يُخَدَعُ فِي الْبَيْعِ فَقَالَ: إِذَا بَايَعْتَ فَقُلْ لَا خِلَابَةَ (أخرجه اللبخاري

في: ٣٤ كتاب البيوع: ٤٨ باب ما يكره من الخداع في البيع)

Artinya: Abdullah bin Umar berkata : “ada seseorang membeberitahu Nabi bahwa ia selalu tertipu dalam pembelian atau penjualan, maka nabi bersabda kepadanya: ‘Jika engkau membeli sesuatu maka katakan kepada penjualnya: ‘Tida ada tipu menipu agama.’” (Dikeluarkan oleh Bukhari pada Kitab ke-34, Kita Jual Beli bab ke-48, bab apa yang dibenci dari menipu dalam jual beli)⁶⁹

Seluruh ajaran Islam yang berhubungan dengan kegiatan perdagangan dan perekonomian berorientasi pada perlindungan hak-hak pelaku usaha dan konsumen, karena Islam menghendaki adanya unsur keadilan, kejujuran, tranparasi yang didasarkan pada nilai keimanan dalam kegiatan perdagangan dan peradilan hak.

⁶⁹Muhammad Fu’ad Abdul Baqi, *Al-Lu’Lul Wal Marjanan Fiima Hataqa ‘Alaihi Asy-Syaikhani Al-Bukhari wa Muslim*, ahli bahasa Abu Firly Bassam Taqly, *Hadits Shahih Bukhari Muslim*, Cet, 9 (Depok, Fatham Prima Media, 2017), 422

Konsumen adalah penentu yang hakiki dalam bisnis modern. Bisnis tidak berjalan tanpa adanya konsumen yang menggunakan produk dan /atau jasa yang ditawarkan oleh produsen. Slogan *the customer is king* bukan hanya bermaksud menarik sebanyak mungkin konsumen, melainkan mengungkapkan tugas pokok produsen atau penyedia jasa untuk mengupayakan kepuasan konsumen.

Disamping hal tersebut diatas selisih harga yang terjadi di Alfamart Kaliurang KM.13 juga tidak sesuai dengan syarat jual beli, bahwa harga yang diperjualbelikan pada label harga harusnya sesuai dengan harga yang berada di kasir agar tidak terjadi kekecewaan pada konsumen dan saling rela. Selisih harga yang terjadi di Alfamart Kaliurang KM. 13 juga mengandung unsur spekulasi karena selisih harga diketahui jika ada pembeli mengetahui sehingga apabila pembeli tidak cermat dan tidak teliti dalam melakukan transaksi hal semacam ini bisa jadi tidak diketahui, sedangkan dalam hukum Islam jual beli dengan tipu daya dan spekulasi dilarang.

Jadi sudah sepatutnya jika terjadi selisih harga yang terjadi pada transaksi jual beli di Alfamart Kaliurang KM. 13 adalah resiko dari penjual dalam berniaga dan kerugian tersebut harus ditanggung sendiri oleh penjual karena kesalahannya sendiri dalam menaksir harga barang dalam toko. Untuk menjaga jangan sampai terjadi perselisihan antara pembeli dengan penjual, maka syari'at Islam memberikan *khiyar*, yaitu hak memilih untuk melangsungkan atau tidak jual beli tersebut, karena ada sesuatu hal bagi kedua belah pihak. Serta *iqalah*, yaitu memfasahkan akad berdasarkan

kesepakatan kedua belah pihak, seperti jika salah satu pihak mereka menyesal lalu menghendaki untuk membatalkannya, yang demikian ini hanya bisa terjadi atas kesepakatan pihak lain.⁷⁰

Jika dilihat dari Hukum Islam terhadap selisih harga yang terjadi di Alfamart Kaliurang KM. 13 secara sepihak oleh penjual tersebut dikarenakan faktor-faktor yang telah disebutkan pada pembahasan diatas maka jual beli tersebut termasuk jual beli yang *bathil*, karena jual beli tersebut mengandung unsur penipuan, yakni para penjual menyembunyikan harga yang seharusnya dipakai dalam jual beli tetapi pada kenyataannya harga tersebut tidak sesuai dengan yang tertera pada label harga. Apabila akad terlaksana, sedangkan pembeli mengetahui adanya cacat (pada harga yang dibelinya), maka akad ini bersifat mengikat. Tidak ada *khiyar* bagi pembeli karena dia telah rida. Adapun jika pembeli tidak mengetahui adanya cacat, lalu dia mengetahui setelah akad, maka akad sah, tetapi tidak bersifat mengikat.

Konsumen dapat memilih dengan cara mengembalikan barang kepada pelaku usaha dan tetap melanjutkan transaksi yang telah di bayarkan kepada konsumen atau tetap melanjutkan transaksi barang dan membayar harga barang sesuai dengan harga dari kekurangannya. Jika terjadi kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha, dan perbedaan terhadap harga sedangkan tidak adanya saksi-saksi maka penyelesaian menurut ahli

⁷⁰Hendi Suhendi, "*Fiqh Muamalah*", (Jakarta: Rajawali Press, 2002), 68.

fikih bahwa antara konsumen dan pelaku usaha saling bersumpah dan membatalkan.

Tujuan utama di turunkan syariah dalam hal kemaslahatan adalah untuk umat manusia. Setiap persoalan yang ada di tengah umat manusia harus disikapi dari berbagai sudut pandang. Dalam penyelesaian masalah harus diketahui pokok awal permasalahan, sehingga kita lebih teliti dan berhati-hati dalam menilai dan melihat hukum dalam sebuah permasalahan. Karena permasalahan tidak bisa selesai begitu saja, dan tidak hanya sebatas putusan hukum halal dan haram atau tidak dan boleh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan skripsi ini yang berjudul “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Selisih Harga Produk Pada Label Harga Dengan Pembayaran Di Kasir Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Dan Hukum Islam” diantaranya penyebab selisih harga pada Alfamart kelalaian pegawai dalam menempelkan harga terbaru yang telah dicetak pada produk, kesalahan pegawai dalam menggantikan harga barang yang lama dengan harga barang terbaru yang sudah tercetak, serta data harga barang bermasalah dari kantor.

Sedangkan perlindungan hukum yang diberikan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atas selisih harga pada label harga dengan pembayaran di kasir adalah perlindungan hukum yang bersifat preventif (pencegahan) dan represif (penyelesaian sengketa) diantaranya perlindungan hukum yang bersifat preventif (pencegahan) dapat ditemukan pada pasal 4 huruf (b) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, pasal 7 huruf (b) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, pasal 10 huruf (a) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999. Perlindungan hukum yang bersifat represif (penyelesaian sengketa) dapat ditemukan pada pasal 19 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, pasal 45 ayat (2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, pasal 47 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

Perlindungan hukum konsumen berdasarkan Hukum Islam tentang selisih harga produk pada label harga dengan di kasir selisih harga yang terjadi pada Alfamart dari pandangan Hukum Islam tidak sah karena dalam syarat akadanya *fashid* (rusak) dan termasuk dalam *gharar*, namun tidak semua *gharar* menjadi sebab pengharaman.

B. Saran

Dari penelitian yang dilakukan, maka saran yang bisa diberikan oleh penulis guna mewujudkan perlindungan konsumen agar sesuai dengan ketentuan dan keinginan yang ada sebagai berikut:

1. Untuk konsumen sebaiknya dapat lebih teliti saat melakukan transaksi jual beli produk yang hendak di konsumeni khususnya informasi harga produk dan diharapkan konsumen.
2. Untuk pelaku usaha, sebaiknya bisa meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dengan cara lebih memperhatikan sistem harga dan pengecekan ulang terhadap harga yang di pasang pada label harga dengan harga yang di kasir. Selain itu diharapkan agar pelaku usaha dalam menjalankan usaha tidak hanya sekedar mencari keuntungan semata tetapi juga mengutamakan apa yang menjadi hak-hak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, Zainal Asikin, 2004. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Arifin, Johan, 2008. *Etika Bisnis Islami*, Bandung: Walisongo Press.
- Aristya, Fiena, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Menerima Alat Pembayaran Yang Tidak Sah Dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” *JOM Fakultas Hukum*, Vol. 2 Nomor 2 Oktober (2015).
- Bakry, Naadzar. 1994. *Problematikan Pelaksanaan Fiqh Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Baqi, Muhammad Fu’ad Abdul, *Al-Lu’Lul Wal Marjanan Fiima Hataqa ‘Alaihi Asy-Syaikhani Al-Bukhari wa Muslim*, Kairo, Dar Al-Hadits.
- Barkatullah, Abdul Halim, 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Nusa Media.
- Basori, Khabib, 2007. *Muamalat*. Yogyakarta: Pustaka Insan Mandiri.
- Chair, Waisul, ”Riba Dalam Perspektif Islam dan Sejarah”, *Iqtishadia*, Vol 1 No. 1 Juni (2014).
- Djamal, 2015. *Paradigma Penelitian Kualitatif*, Yogtakarta: Pustaka Pelajar.
- Djazuli, 2016. *Kaidah-Kaidah Fikih*, Jakarta: Kencana.
- Fedrick, Kevin H. H, 2017. “Perlindungan Konsumen Berkenaan Dengan Ketidakesuaian Harga Dalam Promosi Diskon Secara Online”, *Skripsi*, Bandar Lampung; Universitas Lampung.
- Hadjon, Philipus M., 1987. *Perlindungan Bagi Rakyat diIndonesia*, Surabaya: PT. Bina Ilmu
- Handono, Adi, 2001. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Informasi Iklan Barang dan Jasa Yang Menyesatkan”, *Tesis*, Jember: Universitas Jember.
- Hosen, Nadrattuzaman. “Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi”. *Al-Iqtishad*, Vol. I No. 1 Januari (2009).
- Ja’far, H. A. Khumedi, “Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Bisnis Islam”, *ASAS*, Vol. 6 No. 1 Januari (2014).

- Kansil, Christine S.T, 2010. *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, cet. II, Jakarta: Sinar Grafika,
- Kementerian Perdagangan, 2015. “*Laporan Akhir Analisis Penerapan pencantuman Harga Pada Barang*”, Pusat Kebijakan Perdagangan dalam Negeri Badan pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan.
- Kotler, Philip, 2000. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo.
- Mansyur, Ali, Irsan Rahman., “Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional”, *Jurnal Pembaharuan Hukum*, Vol. II No. 1 Januari – April (2015).
- Maulidizen, Ahmad, “Riba, Gharar dan Moral Ekonomi Islam Dalam Perspektif Sejarah Da Komparatif: Satu Sorotan Literatur”, *Islamicconomic Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 7 No. 2 Juli – Desember (2016).
- Muhammad, Alimin, 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE.
- Muri Ahmadi., 2010. Sutarman Yodo., *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajawali Pers,
- Muslich, Ahmad Wardi, 2010. ”*Fikih Muamalah*”, Jakarta: Amzah,
- Nasution, Az, 2002. *Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media.
- Nurhalis, “Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999,” *Jurnal IUS*, Vol. III Nomor 9 Desember (2015).
- Nurlailli, Rizky, 2018. “Tinjauan Hukum Pidana Terhadap Peredaran Produk Makanan Yang Tidak Sesuai Dengan Informasi Pada Kemasan”, *Skripsi*, Yogyakarta: UII.
- Purwanta, Mahendra Adhi, 2008. “Pelanggaran Hukum Perlindungan Konsuemen Terhadap Penggunaan Produk Plastik Berbahaya Sebagai Kemasan Makanan dan Minuman”. *Skripsi*, Depok, Universitas Indonesia,
- Quran Karim dan Terjemahan Artinya. 2014. Cet. XI. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.
- Rahman, Taufiq. 2017. “Tinjauan Yuridis Terhadap Penerapan Sertifikasi Halal Suatu Produk di Indonesia”. *Skripsi*, Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Raytiaputri, Resa, 2013. “Implementasi Pasal 7 Huruf B Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terkait Pemberian Informasi

Kepada Konsumen Dalam Perjanjian Pembiayaan Konsumen”, *Artikel Ilmiah*, Malang: Universitas Brawijaya.

Rosmawati, 2018. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Prenadamedia Group.

Saraspeni, Wiji, 2016. “Perlindungan Konsumen Terhadap Hak Atas Informasi Harga Pada Menu Makanan, Dalam Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Skripsi*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.

Setyawati Desy, Ary, dkk. “Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggungjawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik”, *Syiah Kuala Law Journal*, Vol. 1 No. 3 Desember (2017),

Shidarta, 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo,

Shobirin, ”Jual Beli Dalam Pandangan Islam.” *Jurnal Beli dalam Pandangan Islam*, Vol. 3 No. 2 Desember (2015).

Siswadi, “Jual Beli Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Ummul Quran*, Vol. 2 Agustus (2013).

Sitepu, Yeminan Br., “Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Kepada Konsumen Terhadap Promosi Yang Tidak Benar Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Toko Alfamart Kecamatan Sail),” *JOM Fakultas Hukum*, Vol. III Nomor 2, Oktober (2016).

Suhedi, Hendi, 2010. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,

Susanto, Happy, 2008. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. cet. I. Jakarta: Transmedia Pustaka,

Sutedi, Adrian, 2008. *Tanggung Jawab Produk Perlindungan Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Tjiptono, Fandy, 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi,

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, 2016. Surabaya: Permata Press.

Yanti, Illy dan Rafidah, “Ekonomi Islam Dalam Sistem Ekonomi Indonesia”, *Kontekstualita*, Vol. 25 No. 1 Juli (2009).

Yunus, Muhammad, dkk. “Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Go-Food”, *Amwaluna*, Vol. 2 No. 1 (2018).



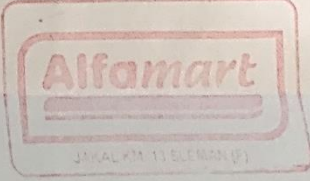
Zaman, Mariam Darus Badrul, 1981. *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, Bandung: Alumni,

Zulham, 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

LAMPIRAN-LAMPIRAN


Lampiran I

Surat Izin Penelitian

	UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM Gd. K.H.A. Wahid Hasyim Kampus Terpadu UII, Jl. Kaliurang KM. 14,5 Yogyakarta Telp. (0274) 898462, Fax. 898463, E-Mail: fiai@uii.ac.id	
	Nomor : 114/Dek/70/DAS/FIAI/1/2019 Hal : Izin Penelitian	Yogyakarta, <u>8 Januari 2019 M</u> <u>2 Jumadil Awal 1440 H</u>
Kepada : Yth. KC PT Sumber Alfria Trijaya Tbk (Alfamart) Klaten Jl. Solo Km 22 Kaliwingko Banaran Delenggu Klaten di Jawa Tengah		
<p><i>Assalamu 'alaikum wr. wb.</i></p> <p>Dengan ini kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Ibu, bahwa bagi mahasiswa Program Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah menyelesaikan teori, diwajibkan menulis karya ilmiah berupa skripsi.</p> <p>Sehubungan dengan hal tersebut di atas, mahasiswa kami:</p> <p>Nama : DEWI NABILLA AZ'ZHARA No. Mahasiswa : 15421056 Program Studi : Ahwal Al-Syakhshiyah</p> <p>mohon diizinkan untuk mengadakan penelitian di instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin, dengan judul penelitian:</p> <p><i>Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Selisih Harga Produk Pada Level Harga dengan Pembayaran di Kasir Alfamart Kaliurang Km 13 Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 dan Hukum Islam</i></p> <p>Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.</p> <p><i>Wassalamu 'alaikum wr. wb.</i></p>		
		 Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA
Tembusan disampaikan kepada: 1. Alfamart Kaliurang Km 13 Yogyakarta 2. Arsip		
		
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Syari'ah/Ahwal Al-Syakhshiyah, Akreditasi A berdasarkan SK No. 112/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2015 <input type="checkbox"/> Pendidikan Agama Islam, Akreditasi A berdasarkan SK No. 502/SK/BAN-PT/Akred/S/V/2015 <input type="checkbox"/> Ekonomi Islam, Akreditasi B berdasarkan SK No. 372/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2014 		

Lampiran II

Surat Selesai Penelitian

	UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM	
	Gd. K.H.A. Wahid Hasyim Kampus Terpadu UII, Jl. Kaliurang KM. 14,5 Yogyakarta Telp. (0274) 898462, Fax. 898463, E-Mail: fiaf@uii.ac.id	

Nomor : 114/Dek/70/DAS/FIAI/I/2019
 Hal : **Izin Penelitian**

Yogyakarta, 8 Januari 2019 M
 2 Jumadil Awal 1440 H

Kepada : Yth. KC PT Sumber Alfria Trijaya Tbk (Alfamart) Klaten
 Jl. Solo Km 22 Kaliwingko Banaran Delenggu Klaten
 di Jawa Tengah

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan ini kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Ibu, bahwa bagi mahasiswa Program Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah menyelesaikan teori, diwajibkan menulis karya ilmiah berupa skripsi.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, mahasiswa kami:

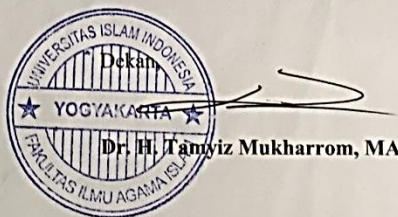
Nama : DEWI NABILLA AZ'ZHARA
 No. Mahasiswa : 15421056
 Program Studi : Ahwal Al-Syakhshiyah

mohon diizinkan untuk mengadakan penelitian di instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin, dengan judul penelitian:

Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Selisih Harga Produk Pada Level Harga dengan Pembayaran di Kasir Alfamart Kaliurang Km 13 Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 dan Hukum Islam

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.


Wassalamu 'alaikum wr. wb.



Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA

Tembusan disampaikan kepada:

1. Alfamart Kaliurang Km 13 Yogyakarta
2. Arsip



Syari'ah/Ahwal Al-Syakhshiyah, Akreditasi A berdasarkan SK No. 112/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2015
 Pendidikan Agama Islam, Akreditasi A berdasarkan SK No. 502/SK/BAN-PT/Akred/SN/2015
 Ekonomi Islam, Akreditasi B berdasarkan SK No. 372/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2014

Lampiran III

Pedoman Wawancara

A. Pihak Pegawai Alfamart

1. Siapa nama Anda ?
2. Berapa lama Anda berkerja di Alfamart ?
3. Anda bertugas sebagai apa ?
4. Apa yang menjadi penyebab perbedaan harga ?
5. Apabila terjadi keluhan terhadap perbedaan harga, bagaimana cara penyelesaiannya ?

B. Konsumen Alfamart

1. Siapa nama Anda ?
2. Apakah Anda sering berbelanja di Alfamart ?
3. Apakah Anda pernah mengalami perbedaan harga ketika belanja di Alfamart ?
4. Bagaimana tanggapa Anda ketika mengalami selisih harga ?

Lampiran IV

Transkrip Verbatim Hasil Wawancara

A. Hasil Wawancara dengan Pegawai Alfamart

1. Siapa nama Anda ?

= Ratna

2. Berapa lama Anda berkerja di Alfamart ?

= sekitar 6 bulan mbak saya kerja disini, kalau tidak salah sejak bulan Juli.

3. Anda bertugas sebagai apa ?

= saya biasanya kasir, biasa juga yang. Ganti-gantian sama teman saya, karena yang jaga toko biasa 2 dan 3 orang. Kalau yang jaga toko 2 orang, teman saya 2 orang jadi kasir, saya yang cek barang barang di rak. Kalau yang jaga toko 2 orang dan lagi ramai yang datang saya dan teman saya yang jadi kasir. Tergantung mbak.

4. Apa yang menjadi penyebab perbedaan harga ?

= kalau penyebab perbedaan harga bisa karena kita kurang teliti mbak dalam tempelkan harga barang yang baru, karena juga ada beberapa barang yang tempatnya ada di tengah, ada juga yang dipajang di dekat kasir ini kan mbak kaya minuman, snack dan minyak atau bahan makanan ini mbak.

Selaitu itu apa lagi penyebabnya?

= lupa mbak hehe lupa ganti harga barang, pas mau ganti harga suka lupa juga taro cetakan harga barang dimana. Karena pas mau ganti harga barang banyak pelanggan yang datang buat belanja, jadi ketunda buat ganti harga barangnya. Sama itu juga mbak, karna biasa yang jaga toko 2 atau 3 orang

kan terus barang dari kantor datang lagi, jadi numpung barangnya dan harga barang terbaru belum sepenuhnya diganti kalau ada harga baru.

Kalau soal harga ketentuan dari kantor pusat apa bagaimana ?

= iya mbak, harga dari kantor. Jadi sebelum barang datang, kita dapat email harga-harga barang yang baru, intinya harga barang yang mau di kirim ke toko mbak. Tapi harga barang yang di kirim lewat email tidak selalu benar mbak, kadang yang beda beda gitu, kaya harga barang yang promo. Jadi baru ketahuan kalau pas orang mau bayar dikasir mbak. Itu aja sih mbak penyebab kalau harga barang beda sama di kasir.

5. Apabila terjadi keluhan terhadap perbedaan harga, bagaimana cara penyelesaiannya ?

= kalau ada pelanggan yang komplain tentang harga, biasanya kami cek dulu di raknya benar apa tidak harga yang di komplain dan kita cek di komputer mbak. Kalau memang harganya beda, kita tanya ke pelanggan mbak mau di lanjutkan apa tidak transaksinya. Kalau memang mau dilanjutkan biasanya tetap harga yang di komputer mbak yang dibayarkan, soalnya kalau langsung ganti harga di komputer aga lama mbak. Tapi kalau memang tidak mau melanjutkan pembayaran, di batalkan.

B. Hasil Wawancara dengan Konsumen Alfamart

Narasumber Pertama

1. Siapa nama Anda ?

= Faisal

2. Apakah Anda sering berbelanja di Alfamart ?

= lumayan sering apa lagi kalau pulang kuliah atau rapat malam, kost juga dekat dari sini jadi sekalian mampir.

3. Apakah Anda pernah mengalami perbedaan harga ketika belanja di Alfamart ?

= pernah sekali, tapi tahun lalu kalau tidak salah. Waktu itu beli tissue sama snack, dan yang beda harga itu tissue-nya. Di rak 13.000 dan pas saya bayar dikasir 14.700.

Terus Mas Faisal komplain sama pagawainya ?

= waktu itu saya diam aja, saya biarkan aja karena waktu itu saya buru-buru mau pergi kuliah, sudah telat masuk kampus.

4. Bagaimana tanggapa Anda ketika mengalami selisih harga ?

= tanggapannya kurang baik sih mbak, walaupun perbedaan harganya tidak mencolok banget hanya 1000 waktu itu tapi lebih baiknya kalau benar-benar di cek harganya lagi.

Narasumber Kedua

1. Siapa nama Anda ?

= Tafil

2. Apakah Anda sering berbelanja di Alfamart ?

= sering saya belanja disini, karena dekat dari kost dan di depan ada ATM-nya jadi kadang ambil uang sekalian belanja.

3. Apakah Anda pernah mengalami perbedaan harga ketika belanja di Alfamart ?

= pernah, dan lumayan sering beda harga pas belanja disini. Rata-rata beda tuh harga makanan mbak, harga makanan ringan. Kadang ada yang beda 500 ada yang beda 1000.

Terus Mas Tafil komplain sama pegawainya?

= saya tidak tanya, saya taunya pas di kost mbak, harga yang di pasang di rak sama harga yang saya bayar kok beda. Tapi mau tanya ulang pas belanja lagi juga sudah malas mbak atau saya kadang lupa. Pas bayar di kasir juga saya sering sambil balas chat teman jadi tidak terlalu fokus kalau bayar, ingatnya pas di kost aja pas liat harga di nota kadang juga tidak dikasih nota malahan.

4. Bagaimana tanggapa Anda ketika mengalami selisih harga ?

= ya gitu mbak, rugi juga sih sebenarnya tapi semoga tidak terjadi terus perbedaan harga, sistem lebih di perbaiki lagi lah. Itu aja sih mbak.

Narasumber Ketiga

1. Siapa nama Anda ?

= Deana

2. Apakah Anda sering berbelanja di Alfamart ?

= sering

3. Apakah Anda pernah mengalami selisih harga ketika berbelanja di Alfamart ?

= Pernah, kemarin saya belanja di Alfamart ini, saya beli *oatmeal* buat sarapan dan pas saya bayar harga *oatmeal* dengan harga yang saya bayar beda. Harga di raknya tuh 12.000 kalau tidak salah, sedangkan pas saya mau bayar di kasir tuh 13.000. Pas saya tau beda, saya tanya sama pegawainya. Dan saya tanya, pegawainya langsung cek ke raknya buat cek harganya dan dikasih harga di rak.

4. Bagaimana tanggapa Anda ketika mengalami selisih harga ?

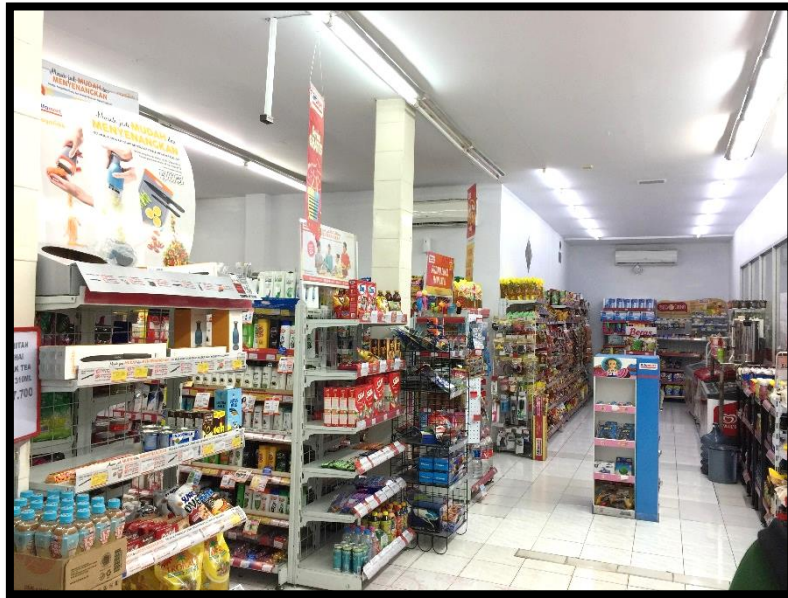
= sedikit kesel, kalau bisa lebih di cek ulang lagi harga-harganya.

*Lampiran V***Dokumentasi Foto**

Gambar I : foto bersama pegawai Alfamart



Gambar II : Suasana Transaksi di Alfamart



Gambar III : Suasana Alfamart Kaliurang KM. 13



Gambar IV : Wawancara dengan Konsumen Alfamart



Gambar V : Wawancara dengan Konsumen Alfamart



Gambar VI : Wawancara dengan Konsumen Alfamart

*Lampiran VI****CURRICULUM VITAE*****Data Pribadi**

Nama Lengkap Dewi Nabila
Az'zhara
Tempat, Tanggal Lahir Kediri,
11 Juni 1996
Jenis Kelamin Perempuan
Status Belum Kawin



Kewarganegaraan Indonesia
Agama Islam
Alamat Asal Jalan Datu
Museng No. 20 Makassar,
Sulawesi Selatan
Telepon 081242366552

Pendidikan**FORMAL**

2000 – 2002 • TK MERPATI POST
2002 – 2008 • SD NEGERI MANGKURA III
2008 – 2011 • SMP ISLAM ATHIRAH KAJAOLALIDO
2011 – 2014 • SMA ISLAM ATHIRAH KAJAOLALIDO

Organisasi

2015 – 2016 • INTI MAGANG LEMBAGA EKSEKUTIF MAHASISWA FIAI
2016 – 2017 • FUNGSIONARIS LEMBAGA EKSEKUTIF MAHASISWA FIAI

Kepanitian

2016 • Panitia PDD FIAI Awads
2016 • Wakil Sekretaris Synergy
2016 • Wakil Bendahara OC Tamah (Ta'aruf Mahasiswa)
2016 • Sekretaris I OC Markas (Malam Keakraban dan Kreatifitas)
2017 • Sekretaris I SC KARYA (Pekan Raya Mahasiswa)