

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PRAKTIK  
JUAL BELI PROMO SUPER HEMAT DI  
INDOMARET MENURUT UNDANG-UNDANG NO 8  
TAHUN 1999 DAN HUKUM ISLAM  
(Studi kasus di Indomaret Kecamatan Mranggen  
Kabupaten Demak)**

Skripsi  
Program Sarjana (S-1)  
Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (HES)



Disusun Oleh:

Nur Fitriani 1502036132

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONO  
SEMARANG  
2022**

# PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Hal : Naskah Skripsi  
An. Sdr. Nur Fitriani

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Walisongo

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya memberikan bimbingan dan koreksi seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Nur Fitriani  
NIM : 1502036132  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah  
Judul : PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK  
KONSUMEN DALAM JUAL BELI PROMO SUPER  
HEMAT DI INDOMARET KECAMATAN  
MRANGGEN

Dengan ini kami mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 4 Desember 2022

Pembimbing I /

Supangat M. Ag.  
NIP.197104022005011004

# PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
Jalan Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185  
Telepon (024)7601291, Faksimili (024)7624691, Website : <http://fsh.walisongo.ac.id/>

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nur Fitriani  
Nim : 1502036132  
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (HES)  
Judul Skripsi : **PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PRAKTIK JUAL BELI PROMO SUPER HEMAT DI INDOMARET MENURUT UNDANG-UNDANG NO 8 TAHUN 1999 DAN HUKUM ISLAM (Studi kasus di Indomaret Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak)**  
Telah diujikan dalam sidang munaqosah oleh dewan penguji fakultas syariah dan hukum UIN Walisongo Semarang dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Hukum Ekonomi Syariah.

Semarang, 2 Januari 2023

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang/ Penguji

Aisa Rurkinantia, SE, M.M.  
NIP. 198909182019032019

Sekretaris Sidang/ Penguji

Supangat, M.Ag.  
NIP. 197104022005011004

Penguji Utama I

Raden Arfan Rifqiawan, M.Si  
NIP. 198006102009011009



Penguji Utama II

Muhammad Shoim, S.Ag., M.H.  
NIP. 197111012006041003

Pembimbing I

Supangat, M.Ag.  
NIP. 197104022005011004

## MOTTO

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ  
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa': 29).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Agama R.I., *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemahan Al-Qur'an, 1971) 123

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, persembahan yang tertinggi hanyalah kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, hanya kepada Allah lah segalanya bergantung. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang syafaatnya selalu diharapkan. Dengan rasa bahagia saya persembahkan skripsi ini kepada:

### **1. Bapak Bunawi dan Ibu Martiningsih**

“Terima kasih karena selalu memberikan doa dan restu Bapak Ibu, saya dapat menyelesaikan tugas skripsi ini, semoga Bapak di berikan tempat terbaik disisi Allah SWT dan Ibu senantiasa diberikan kesehatan dan keberkahan.”

### **2. Kakak-Kakak ku Maria Herawati, Siti Fatmawati, Julia Bonawaty, Puji Endah W.N**

“Terima kasih karena selalu memberikan peringatan, dukungan, dan motivasi untuk menyelesaikan kuliah”

# DEKLARASI

## DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Fitriani

NIM : 1502036132

Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah

Judul Skripsi : **PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PRAKTIK JUAL BELI PROMO SUPER HEMAT DI INDOMARET MENURUT UNDANG-UNDANG NO 8 TAHUN 1999 DAN HUKUM ISLAM**

(Studi kasus di Indomaret Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya, kecuali pengetahuan dan informasi yang diambil penerbitan maupun belum atau tidak diterbitkan dicantumkan sebagai sumber referensi yang menjadi bahan rujukan.

Semarang, November 2022

Penulis

**Nur Fitriani**  
**NIM.1502036132**



## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini di Fakultas Swyari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang didasarkan pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Jeer
ح	Ha	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	KH.a	KH.	Ka dan Ha
د	Dal	D	De

ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	... ‘ ...	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ـ'	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### 1. Vokal Tunggal

Tanda	Nama		Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah		A	A
◌ِ	Kasrah		I	I
◌ُ	Dammah		U	U

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	ذَكَرَ	žukira
2.	يَذْهَبُ	Yažhabu

## 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf maka transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
أ....ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
أ....و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	كيف	Kaifa
2.	حول	Ḥaula

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut :

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ...ي	Fathah dan alif dan ya	Ā	a dan garis di atas
إ...ي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
أ...و	Dammah dan wawu	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	قال	Qāla
2.	قيل	Qīla
3.	يقول	Yaqūlu

### C. *Ta' Marbūtah* di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h, terkecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi Bahasa Indonesia.

هبة	Ditulis	Hibbah
جزية	Ditulis	Jizyah

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta kedua bacaan itu terpisah,  
maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	Karāmah al- auliya'
----------------	---------	------------------------

2. Bila *ta' marbūtah* dihidupkan karena berangkai dengan kata lain ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	Zakātul fitri
------------	---------	---------------

#### D. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyah* ditulis al-

البقرة	Ditulis	Al-Baqarah
--------	---------	------------

2. Bila diikuti huruf *syamsiyyah*, ditulis dengan menggandakan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya serta menghilangkan huruf l (el)-nya atau ditulis seperti ketika diikuti huruf *qamariyyah* ditulis al-

السماء	Ditulis	as-samā/al-samā
الشمس	Ditulis	asy-syams/al-syams

#### E. Kata dalam Rangkap Frase dan Kalimat

Ditulis menurut bunyi pengucapannya atau dipisah seperti kata aslinya.

ذوي الفروض	Ditulis	zawīl furūd/ zawī a-furūd
أهل السنة	Ditulis	ahlussunnah/ ahl as-sunnah/ ahl al-sunnah

**F. Ya' nisbah jatuh setelah ḥarakat kasrah ditulis iy**

منهجي	Ditulis	Manhajiy
قولي	Ditulis	Qauliy

## ABSTRAK

Jual beli dalam Islam telah diberikan aturan yang sudah ditetapkan oleh ulama *fiqih* mengenai rukun dan syarat jual beli. Baik yang berkenaan dengan pihak penjual atau pembeli, akad maupun objek akad atau barang yang di perjual belikan. Kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa yang tidak akan pernah ada habisnya bahkan selalu meningkat. Dalam jual beli Produk yang ditawarkan harus memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/kadaluwarsa dan menggunakan bahan yang baik. Produk yang diperjualbelikan adalah produk yang halal, dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan. Berdasarkan masalah ini maka fokus penelitian masalah ini adalah perbedaan harga yang terteta pada brosur promosi yang di berikan pada konsumen dengan harga yang tertera pada rak *display* atau pada harga yang harus di bayarkan pada kasir.

Penelitian ini menggunakan Jenis penelitian normatif empiris yaitu berupa produk perilaku hukum. Pokok kajiannya adalah pelaksanaan atau implementasi ketentuan hukum positif dan kontrak secara faktual pada setiap peristiwa hukum yang terjadi dalam masyarakat yang berarti bahwa datanya diambil atau didapat dari lapangan atau dari masyarakat dan terfokus pada gejala sosial dan penerapan hukum pada masyarakat. secara lisan, maupun dengan menggunakan pedoman pernyataan secara tertulis yang berlokasi di Indomaret Kecamatan Mrangge.

Perlindungan hukum terhadap hak konsumen terhadap pembelian barang minimarket yang tidak sesuai dengan harga katalog promosi di Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak, bahwa perlindungan hukum yang

diberikan oleh Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen atas ketidaksesuaian harga pada katalog promosi, label harga pada rak *display* dan harga di kasir adalah perlindungan yang bersifat preventif dan represif. Perlindungan hukum yang bersifat preventif (pencegahan) dapat ditemukan dalam pasal 4 huruf (b) yang mengatur ha katas informasi yang benar, pasal 7 huruf (c) tentang kewajiban pelaku usaha, serta pasal 10 huruf (a) yang mengatur tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha terhadap konsumen. Sedangkan perlindungan hukum yang bersifat represif (penyelesaian sengketa) diatur dalam pasal 19 ayat (1) yang mengatur mengenai ganti rugi, pasal 45 ayat (2) dan pasal 47 yang mengatur penyelesaian sengketa di luar pengadilan maupun penyelesaian di pengadilan.

**Kata kunci : jual beli, perlindungan konsumen, promo**

## KATA PENGANTAR

### *Bismillahirrahmanirrahim*

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah swt. yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi untuk memenuhi tugas akhir. Shalawat serta salam semoga terlimpahkan kepada Baginda Nabi, Nabi Muhammad SAW., semoga kita mendapatkan syafa'at di *yaumul akhir* nanti. Aamiin.

Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana, dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik dalam ide, kritik, saran maupun dalam bentuk lainnya.

Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih sebagai penghargaan atas peran sertanya dalam penyusunan skripsi ini, kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Mohamad Arja Imroni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang.

3. Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Bapak Supangat, M.Ag dan Sekretaris Jurusan Bapak Saifudin S.H.I., M.H. yang telah mengizinkan untuk membahas skripsi ini.
4. Bapak Supangat M.Ag selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini
5. Bapak R. Arfan Rifqiawan S.E. M.Si. selaku wali dosen penulis.
6. Segenap Bapak/Ibu Dosen serta tenaga kependidikan di Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah membekali ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masih dibangku perkuliahan.
7. Kepala toko Indomaret Kecamatan Mranggen beserta karyawan yang telah membantu penulis untuk meneliti obyek pembahasan dalam skripsi ini.
8. Teman-teman Hukum Ekonomi Syariah 2015 umumnya serta khususnya kelas HES D yang diisi oleh manusia-manusia unik dan konyol terimakasih sudah memberikan banyak pengalaman yang tak terlupakan.

Terimakasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan kepada peneliti. Peneliti tidak bisa

membalas semua kebaikan dan hanya doa yang bisa peneliti panjatkan. Semoha ALLAH SWT memberikan balasan yang setimpal dengan apa yang telah diberikan kepada peneliti.

Pada akhirnya peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, arena kurangnya pengalaman serta pengetahuan peneliti. Maka kritik dan saran dari pembaca senantiasa penulis harapkan. Nemun demikian, peneliti tetap harus berharap semoga skripsi ini dapat berguna, khususya bagi peneliti sendiri dan para pembaca pada umumnya.

Semarang, November 2022

Penulis

**Nur Fitriani**

**NIM.1502036132**

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
DEKLARASI .....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	vii
ABSTRAK .....	xvi
KATA PENGANTAR.....	xviii
DAFTAR ISI.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
D. Telaah Pustaka .....	11
E. Metode Penelitian .....	15
F. Sistematika Penelitian.....	21
BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN JUAL BELI .....	23
A. Perlindungan Konsumen.....	23
1. Pengertian Perlindungan Konsumen .....	23

2. Asas Perlindungan Konsumen .....	25
3. Pengertian Konsumen.....	26
4. Hak dan Kewajiban Konsumen .....	27
5. Pengertian Pelaku Usaha .....	32
6. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	33
B. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli .....	37
1. Pengertian Jual Beli.....	37
2. Dasar Hukum Jual Beli.....	39
3. Rukun dan Syarat Jual beli .....	42
4. Macam-macam jual beli.....	48
C. Promosi .....	57
1. Pengertian Promosi .....	57
2. Tujuan Promosi.....	58

**BAB III PRAKTIK JUAL BELI SISTEM PROMO SUPER  
HEMAT DI INDOMARET.....** 60

A. Gambaran Umum Indomaret di Kecamatan Mranggen 60	
1. Sejarah Berdirinya Indomaret.....	60
2. Letak geografis.....	63
3. Visi dan Misi Indomaret.....	64
4. Struktur Organisasi Indomaret .....	65

B. Mekanisme Pemberian Promo Super Hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen .....	71
C. Praktik Jual Beli Promo Super Hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen .....	74
D. Faktor penyebab perbedaan harga promo.....	77
<b>BAB IV ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK KONSUMEN DALAM PRAKTIK JUAL BELI PROMO SUPER HEMAT DI INDOMARET KECAMATAN MRANGGEN.....</b>	<b>80</b>
A. Analisis Pelaksanaan Jual Beli Promo Super Hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen .....	80
B. Analisis Perlindungan Konsumen terhadap Jual Beli Promo di Indomaret Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak menurut Undang-Undang no 8 tahun 1999 dan Hukum Islam .....	89
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>100</b>
A. Kesimpulan.....	100
B. Kritik/Saran .....	102
C. Penutup.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>105</b>

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Islam merupakan agama yang menjadi rahmah bagi alam semesta. Dalam sisi kehidupan ini telah diatur oleh hukum Allah, sehingga dapat dikatakan jika Islam bersifat komperhensif dan universal.<sup>2</sup>Aturan-aturan mengenai persoalan kehidupan makhluk-Nya dalam kondisi apapun dapat teratasi dengan baik. Islam mampu sepadan dengan berbagai kehidupan manusia pada umumnya, tampak dari sikap mereka menerima segala ajaran yang diterapkan oleh Islam. Telah menjadi sunnatullah bahwa manusia perlu bermasyarakat, saling tolong-menolong dan gotong royong. Sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, manusia berhak menerima dan memberikan andilnya kepada orang lain.<sup>3</sup>

Dalam lingkup kehidupan di dunia manusia bersandar pada dua macam hubungan diantaranya vertikal yaitu hubungan manusia kepada Allah SWT seperti

---

<sup>2</sup>Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian islam di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010), 1

<sup>3</sup>Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1984), 13

kegiatan amaliah dan ibadah, sedangkan horizontal yaitu hubungan manusia dengan sesama manusia dan alam sekitarnya seperti dalam kegiatan muamalah. Terdapat pada kaidah fiqih:

الْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْحِلُّ وَالْإِبَاحَةُ

Artinya: “Prinsip dasar muamalah adalah halal dan boleh”

Maksud kaidah muamalah diatas ialah semua akad dipandang halal, kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Dalam persoalan muamalah, pintu terbuka luas. Setiap muamalah baik yang datang kemudian atau yang terdahulu prinsip dasarnya adalah boleh.<sup>4</sup>

Transaksi jual beli terjadi ketika ada pertemuan dua pihak atau lebih yang saling membutuhkan untuk memenuhi kebutuhan. Dimana ada yang dinamakan pihak penjual dan ada yang dinamakan pihak pembeli. Dengan demikian tugas dari penjual menyediakan barang yang dibutuhkan pembeli sedangkan pembeli memerlukan barang untuk melengkapikebutuhan.<sup>5</sup> Dalam prakteknya

---

<sup>4</sup> Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 51

<sup>5</sup> Munir Salim, “*Jual Beli Menurut Pandangan Hukum Islam*”, *Jurnal Hukum Pidana dan Ketatanegaraan* Vol 6 No. 2 2017, 371-372

kedua belah pihak perlu adanya sikap saling suka sama suka dan saling meridai (*an-taradhin*). Dalam firman Allah Q.s. An-Nisa' ayat 29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ  
بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن  
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*”.<sup>6</sup>

Masalah jual beli dalam islam telah diberikan aturan yang sudah di tetapkan oleh ulama fiqih mengenai rukun dan syarat jual beli. Baik yang berkenaan dengan pihak penjual atau pembeli, akad maupun objek akad atau barang yang di perjual belikan. Menurut Al-Muslih ada

---

<sup>6</sup> Departemen Agama R.I., *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemahan Al-Qur'an, 1971).83

tiga hal yang perlu di penuhi dalam menawarkan sebuah produk :

1. Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/kadaluwarsa dan menggunakan bahan yang baik.
2. Produk yang diperjualbelikan adalah produk yang halal
3. Dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.<sup>7</sup>

seperti yang terdapat di dalam Al-Qur'an surat Al-Mutaffifin (1-3):

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى  
النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَّزَنُوهُمْ  
يُخْسِرُونَ

Artinya: “Celakalah golongan yang berlaku curang, yang apabila memungut dari banyak orang,

---

<sup>7</sup> Abdullah, Al-Muslih & Shawi, Fiqih Ekonomi Keuangan Islam, (Jakarta: Darul Haq, 2004), .331

*golongan itu minta dipenuhi, namun apabila golongan itu menakar bagi banyak orang, golongan itu merugikan”.*<sup>8</sup>

Berdasarkan ayat diatas diterangkan bahwa menjual produk cacat dan disembuyikan adalah haram artinya produk barang atau jasa yang diperjualbelikan haruslah yang berkualitas sesuai dengan apa yang telah dijanjikan dan produk harus memenuhi kriteria halal. Dalam melakukan transaksi jual beli objek barang atau jasa yang di perjualbelikan haruslah jelas karna Islam telah melarang secara tegas perilaku ekonomi yang di dalamnya terdapat unsur riba, judi, dan ketidakjelasan (gharar).

Barang atau uang yang dijadikan objek transaksi itu mestilah sesuatu yang diketahui secara transparan, baik kualitas maupun kauntitasnya. Dalam transakasi jual beli, wajib mengetahui hukum yang berkaitan dengan sah dan rusaknya transaksi jual beli tersebut. Tujuannya agar usaha yang dilakukannya sah secara hukum dan terhindar dari hal yang tidak dibenarkan. Setiap orang mesti memperhatikan dan memiliki ilmu mengenai hukum jual beli apabila ingin mendapat rezeki yang halal, usaha yang

---

<sup>8</sup> Departemen Agama R.I., *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemahan Al-Qur'an, 1971).245

baik dan berkah, mendapat kepercayaan pelanggan dan keridhaan Allah SWT.

Kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa yang tidak akan pernah ada habisnya bahkan selalu meningkat. Tingginya permintaan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dimanfaatkan oleh para pelaku usaha atau produsen untuk berlomba berinovasi dalam menghasilkan barang dan/atau jasa yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan maupun tingkat kesejahteraan konsumen. Munculnya persaingan diantara pelaku usaha tentu akan memberikan keuntungan tersendiri bagi produsen maupun bagi konsumen<sup>9</sup> selain juga memberikan peluang usaha atau bisnis bagi pelaku usaha dalam membuka dan mengembangkan bisnisnya yang baru usaha atau bisnis bagi pelaku usaha dalam membuka dan mengembangkan bisnisnya yang baru, yakni salah satunya dengan mendirikan pasar modern, dalam hal ini minimarket. Hal ini disebabkan tingginya sifat konsumtif masyarakat dan ditambah dengan kebutuhan masyarakat yang selalu ada sehingga lahirnya minimarket. Maraknya bisnis pelaku usaha retail (minimarket) ini sudah bukan

---

<sup>9</sup>Rinitami Njatrijani, Hukum Perlindungan Konsumen, (Semarang CV.Tigamedia Pratama, 2018),. 1

hanya berdiri dikabupaten dan perkotaan saja, melainkan sekarang sudah berdiri di berbagai kecamatan maupun pedesaan. Salah satu contoh bisnis yang terkenal dikalangan masyarakat saat ini yaitu Indomaret.<sup>10</sup>

Di Indomaret menawarkan berbagi jenis bahan makanan pokok yang sangat dibutuhkan setiap hari oleh masyarakat, mulai dari makanan mentah hingga makanan siap saji. Selain kualitas pelayanan yang baik harga juga berperan penting dalam keputusan pembelian oleh konsumen. Harga yang lebih terjangkau akan lebih menarik minat konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan. Dengan demikian nilai tukar berupa harga yang dibebankan oleh seseorang atas barang atau jasa yang dapat dimanfaatkan melalui penggunaan barang atau jasa tersebut.

Potongan harga/diskon merupakan salah satu jenis dari promosi penjualan. Potongan harga/diskon adalah pengurangan produk dari harga normal dalam periode tertentu. Sedangkan promosi penjualan adalah bentuk langsung melalui penggunaan berbagai cara

---

<sup>10</sup>Masyhuri Mahmuda, Utomo Wahyudi Supri, Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun, Jurnal Akuntansi dan Pendidikan, Volume 6, No.1, April, Madiun:Universitas PGRI Madiun, 2017. 59-72

yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan secara dan/atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.<sup>11</sup>

Dalam pemasarannya indomaret mempunyai kelebihan yaitu menggunakan metode promo diskon sebagai salah satu media promosi dimana dalam pemberian informasi diskon kepada konsumen Indomaret menyediakan media cetak atau media elektronik sebagai sarana komunikasi khususnya untuk program promosi yang ada di Indomaret dapat dilakukan dengan penyebaran brosur, Koran, katalog belanja yang berisi informasi barang diskon pada hari yang telah ditentukan, untuk membuat konsumen tertarik agar membeli barang tersebut. Dalam metode diskonnya salah satunya yaitu super hemat, dimana dalam promo super hemat berupa diskon produk perawatan rambut, perawatan rumah ,dan produk makanan dan minuman, produk perawatan bayi dan kebutuhan lainnya.

Namun sering kali di dalam kelebihan itu ada kelemahan yang disebabkan oleh pihak indomaret salah satunya yaitu perbedaan harga yang terteta pada brosur promosi yang di berikan pada konsumen dengan harga

---

<sup>11</sup> Fandy Tjiptono, Strategi pemasaran, Andi, Yogyakarta, 2008, .229

yang tertera pada rak *display* atau pada harga yang harus di bayar di kasir. Kesalahan tersebut sering kali terjadi pada saat pembayaran di kasir dimana harga yang tertera pada arak display atau brosur promo terdapat perbedaan saat pembayaran. Hal tersebut menimbulkan kekecewaan pada konsumen dikarenakan harga tidak sesuai dengan apa yang sudah di perhitungkan sebelumnya. Padahal di dalam Undang-Undang perlindungan konsumen no.8 tahun 1999 telah mengatur hak- hak konsumen maupun pengusaha. Salah hak konsumen terdapat pada pasal 4 huruf (b) menjelaskan bahwa konsumen berhak memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang di janjikan. Hal ini bermaksud untuk melindungi konsumen dari kerugian akibat permainan harga secara tidak wajar.

Perbedaan harga pada promo kerap kali merugikan konsumen dan melanggar undang-undang perlindungan konsumen nomer 8 tahun 1999. Kasus perbedaan harga promo juga terjadi di Indomaret Kecamatan Mranggen. Sehingga penulis ingin melakukan penelitian berdasarkan uraian diatas maka penulis menyusun penulisan dengan judul : **PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PRAKTIK JUAL BELI PROMO SUPER HEMAT DI INDOMARET**

**MENURUT UNDANG-UNDANG NO 8 TAHUN 1999  
DAN HUKUM ISLAM (Studi kasus di Indomaret  
Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak)**

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pelaksanaan jual beli promo super hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen ?
2. Bagaimana perlindungan konsumen terhadap jual beli promo super hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen menurut Undang-Undang no 8 tahun 1999 dan Hukum Islam ?

**C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk menguraikan pelaksanaan jual beli promo di Indomaret menurut undang-undang perlindungan konsumen no 8 tahun 1999
  - b. Untuk mengetahui hak-hak konsumen dalam jual beli promo super hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen
2. Manfaat Penelitian
  - a. Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi perkembangan hukum positif dan hukum islam dalam rangka

menambah ilmu pengetahuan khususnya dibidang Hukum Ekonomi Syariah yang berkaitan dengan pelaksanaan jual beli di indomaret ketika dalam prakteknya dilapangan dan menambah materi transaksi dibidang keislaman, peraturan hukum di Indonesia, dan sebagai sarana dalam meningkatkan kreatifitas dalam menulis karya ilmiah serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum.

- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pengetahuan bagi pihak yang berhubungan dengan hal ini yaitu pelaku usaha, karyawan, dan konsumen minimarket Indomaret mengenai hak-hak konsumen dalam, penyelesaian sengketa yang diatur pada hukum perlindungan, mencari perbandingan kesesuaian antara teori yang telah didapat dengan kenyataan dilapangan.

#### **D. Telaah Pustaka**

Telaah pustaka bertujuan untuk memberikan informasi tentang penelitian atau karya-karya ilmiah lain yang berhubungan dengan penelitian yang akan diteliti. Dengan telaah pustaka semua kontruksi yang

berhubungan dengan penelitian yang telah tersedia, kita dapat menguasai banyak informasi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Sehingga perlu peneliti paparkan beberapa karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian peneliti sebagai bahan perbandingan, antara lain:

Pertama penelitian yang di lakukan Ahmad Husnul Huda Wicaksono yang berjudul “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli Studi Perbandingan Antara Hukum Islam dan UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” skripsi ini membahas tentang perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli dilihat dari hukum islam dan membandingkannya dengan undang-undang perlindungan konsumen. Selain itu Husnul Huda juga menyimpulkan bahwa perlindungan konsumen berbeda dengan konsumen dalam hukum Islam, dan kedua sistem hukum tersebut dalam prinsipnya sebagai upaya melindungi konsumen adalah sama-sama untuk melindungi kedua belah pihak yaitu konsumen dan pelaku usaha, namun dalam undang-undang perlindungan konsumen lebih mendahulukan hak dari pada kewajiban.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Ahmad Husnul Huda Wicaksono “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi jual-beli Studi Perbandingan Antara Hukum Islam Dan UU No.8

Penelitian yang kedua dilakukan Gusti Ayu Indra Dewi Dyah Pradnya Paramita Desak Putu Dewi Kasih Bagian Hukum Bisnis, Fakultas Hukum, Universitas Udayana. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Iklan Yang Menyesatkan Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Kode Etik Periklanan Indonesia.” Jurnal ini membahas: Adanya Iklan yang menyesatkan atau yang tidak sesuai kebenarannya merugikan konsumen, sehingga menimbulkan permasalahan antara konsumen yang menuntut haknya kepada pelaku usaha yang mengiklankan produknya. Permasalahan yang diangkat adalah mengenai bagaimanakah perlindungan hukum kepada konsumen terkait dengan iklan yang menyesatkan dalam perspektif perlindungan konsumen dan bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen terkait iklan yang menyesatkan. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yang dikaji dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan.<sup>13</sup>

---

Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen “Fakultas Syariah dan Hukum Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta (2007)

<sup>13</sup> Gede Geya Aditya Rachman dan Gusti Ayu Puspawati, Tanggung Jawab Pelaku Usaha Sebagai Pemesan Dan Pembuat Iklan Terhadap Iklan Yang Merugikan Konsumen, Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Udayana

Penelitian ketiga dilakukan oleh Lisdiana Pratama Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi Dengan Menggunakan Hadiah”. Dalam skripsi ini adapun masalah yang dibahas oleh peneliti: Bagaimana pelaksanaan promosi dengan menggunakan hadiah pada Alfamart Way Dadi Sekarame Bandar Lampung, dan bagaimana hukum Islam tentang promosi dengan menggunakan hadiah pada Alfamart Way Dadi Sekarame Bandar Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan dokumtasi interview dalam pengumpulan data, sedangakn untuk menganalisis data yang telah terkumpul, peneliti menggunakan data deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah promosi dengan pemberian hadiah pada Alfamart Way Dadi Sekarame dengan cara belanja Rp 40.000, (kecuali rokok, susu bayi 1 tahun, voucer HP), dan mengumpulkan kode unik hingga menjadi sebuah kata alfa atau alfamart. Jual beli promosi dengan hadiah yang mengandung unsur ketidak pastian dilarang dalam Islam karena dapat merugikan sebelah pihak dan mengakibatkan konsumen hidup mubazir. Jadi promosi dengan pemberian hadiah pada Alfamart Way Dadi

Sekarame diharamkan karena adanya unsur qimar, gharar, dan mubazir.<sup>14</sup>

## E. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>15</sup>

### 1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian normatif empiris yaitu berupa produk perilaku hukum. Pokok kajiannya adalah pelaksanaan atau implementasi ketentuan hukum positif dan kontrak secara factual pada setiap peristiwa hukum yang terjadi dalam masyarakat yang berarti bahwa datanya diambil atau didapat dari lapangan atau dari masyarakat dan terfokus pada gejala sosial dan penerapan hukum pada masyarakat.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Lisdiana, (2018) Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi Dengan Menggunakan Hadiah (Studi pada Alfamart Way Dadi Sukarame Bandar Lampung) Skripsi, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 2

<sup>16</sup> Sulistyowati Irianto dan Shidarta, *Metode Penelitian Hukum: Konstelasi dan Refleksi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2011), 17-178

## 2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan sebuah pendekatan yang dikenal dengan pendekatan yuridis empiris yaitu bagaimana hukum beroperasi dalam masyarakat. Data yang dikumpulkan lebih mengambil bentuk kata-kata atau gambar daripada angka-angka. Data tersebut biasanya mencakup wawancara, catatan lapangan, fotografi, *videotape*, dokumen pribadi, memo dan rekaman-rekaman resmi lainnya.<sup>17</sup> Dengan kata lain data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa sebaran-sebaran informasi yang tidak perlu dikuantifikasikan atau diubah dalam bentuk angka.

## 3. Lokasi dan waktu penelitian

Kehadiran peneliti dalam melakukan penelitian ini dilakukan mulai bulan juni untuk mencari data di Indomaret yang berlokasi di Kecamatan Mranggen. Penelitian yang penulis lakukan mengambil salah satu sample lokasi di Indomaret yang berada di Kecamatan Mranggen.

---

<sup>17</sup> Emzir, *Metadologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 3.

#### 4. Sumber data

Ada dua jenis sumber data yang digunakan, antara lain:

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi yang kemudian akan diolah oleh peneliti. Adapun yang menjadi sumber penelitian yaitu data yang diperoleh dari pihak karyawan dan beberapa konsumen.
- b. Data sekunder yaitu sumber data diperoleh dari dokumen-dokumen yang dapat memberikan informasi atau data tambahan yang lebih memperkuat data pokok.<sup>18</sup> Data ini berfungsi sebagai pelengkap data primer, peneliti mengambil dari berbagai pustaka serta media online.

---

<sup>18</sup> Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), 106.

## 5. Teknik pengumpulan data

Adanya teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data antara lain:

- a. Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian.
- b. Wawancara adalah Percakapan dengan adanya maksud untuk memperkuat penelitian, dilakukan oleh dua pihak yang saling berhadapan secara fisik, diantaranya peneliti yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan informasi untuk menjawab pertanyaan. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara berencana yaitu wawancara yang disertai dengan suatu daftar pertanyaan yang disusun sebelumnya.
- c. Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dapat diperoleh melalui dokumen-dokumen yang diperlukan terkait pembahasan pada penelitian. Metode

pengumpulan data berupa gambar, surat, catatan pribadi, laporan kerja, rekaman dll.<sup>19</sup>

#### 6. Teknik pengambilan sample

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling yaitu pengambilan sampel dengan mendasar pada usaha pencapaian tujuan penelitian. Informan yang dipilih dianggap mengetahui informasi dan masalahnya serta dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang jelas.<sup>20</sup>

#### 7. Teknik analisis data

Proses analisis data dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Analisis data penelitian kualitatif biasanya lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data. Analisis data dilapangan menurut Miles & Huberman terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu:

---

<sup>19</sup> Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 84.

<sup>20</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 58

- a. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung.
- b. Penyajian data yaitu sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data meliputi berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih.
- c. Penarikan kesimpulan merupakan temuan yang berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang sehingga setelah diteliti menjadi jelas.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Op. Cit., 245-253

## **F. Sistematika Penelitian**

Secara keseluruhan pembahasan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, dimana antara bab yang satu dengan yang lainnya merupakan satu kesatuan yang utuh dan saling berkaitan. Maka dari itu untuk memberikan gambaran umum tentang skripsi ini perlu kiranya penyusun kemukakan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab pertama penulis membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab kedua membahas tentang konsep perlindungan konsumen, meliputi: teori pengertian hukum perlindungan konsumen, pengertian konsumen, hak dan kewajiban konsumen, , pengertian pelaku usaha, hak dan kewajiban pelaku usaha. Konsep tentang tunjauan umum jual beli, meliputi: pengertian jual beli, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, macam-macam jual beli. Konsep tentang promosi, meliputi: pengertian promosi, tujuan promosi.

Bab ketiga membahas tentang praktik jual beli sistem promo super hemat di Indomaret, yang meliputi: gambaran umum indomaret di Kecamatan Mranggen dan

Praktik jual beli promo super hemat di Indomaret di Kecamatan Mranggen.

Bab keempat membahas tentang analisis jual beli promo super hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen, yang meliputi: analisis pelaksanaan jual beli promo super hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen dan analisis perlindungan konsumen terhadap jual beli promo super hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen.

Bab kelima merupakan bagian akhir dari pembahasan skripsi yang berisi kesimpulan saran.

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN JUAL BELI**

#### **A. Perlindungan Konsumen**

##### 1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, perlindungan berasal dari kata lindung yang memiliki arti mengayomi, mencegah, mempertahankan, dan membentengi. Secara linguistic, istilah hukum identic dengan istilah *law* dalam bahasa Inggris, *droit* (Prancis), *rech* (Belanda) atau *dirito* (Italia). Makna dari setiap kata-kata yang berbeda-beda tersebut memiliki makna tersendiri, seperti halnya kata hukum (*hukm*) yang berasal dari bahasa Arab yang digunakan dalam hukum Indonesia. Menurut Van Kan, Hukum adalah keseluruhan peraturan hidup yang bersifat memaksa dan bertujuan untuk melindungi kepentingan manusia dalam masyarakat.<sup>22</sup>

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk

---

<sup>22</sup> Utang Rasyidin, Dedi Supriyadi. 2014. *Pengantar Hukum Indonesia dari Tradisi keKonstitusi.*( Bandung:Pustaka Setia) 5.

memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dalam Pasal 1 angka 1 menegaskan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.<sup>23</sup>

Menurut Philipus M. Hadjon bahwa perlindungan hukum adalah suatu kondisi subjektif yang menyatakan hadirnya keharusan pada diri sejumlah subjek hukum untuk segera memperoleh sejumlah sumber daya guna kelangsungan eksistensi subjek hukum yang dijamin dan dilindungi oleh hukum. Agar kekuatannya secara teroganisir dalam proses pengambilan keputusan politik maupun ekonomi khususnya pada distribusi sumber daya baik para perangkat individu maupun struktural.<sup>24</sup>

Dengan demikian Hukum itu mempunyai sifat mengatur dan memaksa. Hal ini merupakan bentuk perlindungan kepentingan manusia dalam masyarakat yang kerap kali diancam dan dilanggar oleh pihak

---

<sup>23</sup> Sidabalok Janus, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2010), 9.

<sup>24</sup> Philipus M. Hadjon, 1987. *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu. .2

tertentu. Hukum yang berlaku diwujudkan oleh ketentuan-ketentuan atau aturan hukum yang saling berhubungan dan saling menentukan.

## 2. Asas Perlindungan Konsumen

Asas-asas dalam perlindungan konsumen tercantum jelas dalam undang-undang perlindungan konsumen pada pasal 2 yaitu:

- a. Asas manfaat dalam perlindungan konsumen adalah dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat semaksimal mungkin bagi konsumen dan pelaku usaha
- b. Asas keadilan dalam perlindungan konsumen adalah agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibanya secara adil.
- c. Asas keseimbangan dalam perlindungan konsumen dimaksud untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintahan dalam arti materil dan spiritual

- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberi jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang di konsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum yang di maksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen serta Negara menjamin kepastian hukum.<sup>25</sup>

### 3. Pengertian Konsumen

Berdasarkan Pasal 1 ayat 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang dimaksud dengan 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.

---

<sup>25</sup> Abdul R Saliman, Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus (Jakarta:Kencana,2005) 210.

Pengertian konsumen dalam arti umum adalah pemakai, pengguna dan atau pemanfaat barang dan atau jasa untuk tujuan tertentu.<sup>26</sup> Istilah konsumen berasal dari bahasa Belanda yaitu *konsument* dan bahasa Inggris *consumer*, yang berarti pemakai. Di Amerika Serikat kata ini dapat diartikan lebih luas lagi sebagai korban pemakaian produk yang cacat, baik korban pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan juga korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati pula bahkan oleh korban yang bukan pemakai.<sup>27</sup>

Konsumen memang tidak sekedar pembeli (buyer) tetapi semua orang yang mengonsumsi jasa dan/atau barang bisa disebut konsumen. Jadi, yang paling penting terjadinya suatu transaksi konsumen (*consumer transaction*) berupa peralihan barang/atau jasa, termasuk peralihan kenikmatan dalam menggunakannya.

#### 4. Hak dan Kewajiban Konsumen

---

<sup>26</sup> Abdul halim barkatullah,. *Hak-Hak Perlindungan Konsumen*.(Bandung:Nusa media,2010)30.

<sup>27</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Ekonomi Dala Dinamika*, (Jakarta: Djambatan 2000), 201-202.

Hak Konsumen Menurut kajian hukum umumnya, yang dimaksud dengan hak adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh hukum, sedangkan kepentingan adalah tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Kepentingan pada hakikatnya mengandung kekuasaan yang dijamin dan dilindungi oleh hukum dalam melaksanakannya.

a. Hak Konsumen

Melalui undang-undang no. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menetapkan 9 (sembilan) konsumen<sup>28</sup>

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan

---

<sup>28</sup> Undang-Undang Perlindungan Konsumen nomer 8 tahun 1999

- 5) Hak untuk mendapat advokasi perlindungan konsumen secara patut
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Berdasarkan uraian sembilan butir hak konsumen yang diberikan diatas, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan paling utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan/atau jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan, terlebih lagi yang tidak aman atau membahayakan keselamatan konsumen jelas tidak layak untuk diedarkan dalam masyarakat. Selanjutnya, untuk menjamin bahwa suatu barang dan/atau jasa dalam penggunaannya

akan nyaman, aman maupun tidak membahayakan konsumen penggunaannya, maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendakinya berdasarkan atas keterbukaan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Jika terdapat penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan yang adil, kompensasi sampai ganti rugi.

Betapa pentingnya hak-hak konsumen, sehingga melahirkan pemikiran yang berpendapat bahwa hak-hak konsumen merupakan generasi keempat hak asasi manusia dalam perkembangan di masa-masa yang akan datang. Dengan adanya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, akan menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam peningkatan kualitas produk dan cara pemasaran yang lebih etis yang menempatkan hak-hak konsumen sebagaimana mestinya.

b. Kewajiban konsumen

Kewajiban haruslah dijalankan terlebih dahulu dan dengan sungguh-sungguh sebelum kita menuntut apa yang menjadi hak yang seharusnya

kita miliki. Dalam pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa kewajiban Konsumen adalah sebagai berikut :

- 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 disepakat
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kewajiban untuk membaca atau mengikuti petunjuk informasi merupakan hal dasar yang harus dilakukan oleh konsumen apabila ingin membeli sebuah barang atau jasa. Setelah membaca atau mengikuti petunjuk informasi tersebut maka barulah konsumen dapat melakukan transaksi jual beli dengan itikad baik dan membayar harga barang atau jasa tersebut sesuai perjanjian atau yang ditawarkan oleh penjual atau pelaku usaha. Dalam transaksi di minimarket, konsumen melihat harga yang tertera pada label harga di setiap rak barang. Setelah melihat

harga tersebut apabila konsumen berniat untuk membeli maka ia dapat membawa barang tersebut menuju kasir untuk melakukan transaksi. Dalam proses transaksi di minimarket tersebut, perlu diketahui bahwa konsumen melakukan kesepakatan untuk membeli berdasar pada harga yang tertulis pada rak display barang tersebut dan bukan pada harga yang tertera pada mesin kasir. Maka kewajiban konsumen pada pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengenai “membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati” yang dilakukan di swalayan atau supermarket ialah membayar sesuai dengan harga yang tertera pada rak display barang yang hendak dibeli.

## 5. Pengertian Pelaku Usaha

Dalam Pasal 1 Angka 17 Undang-Undang No.20 Tahun 2014 Tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian, “Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian,

menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.<sup>29</sup>

## 6. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

### a. Hak Pelaku Usaha

Dalam Pasal 6 UUPK pelaku usaha mempunyai hak-hak sebagai berikut:

- 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 perundangundangan lainnya.

---

<sup>29</sup> Undang- Undang No.20 Tahun 2014 Tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian

- 6) Hak pelaku usaha yang dimaksudkan dalam Pasal 6 UUPK diatas agar konsumen dapat memahami hak-hak produsen, sehingga diharapkan konsumen tidak merugikan pelaku usaha (produsen). Hak-hak pelaku usaha yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya, seperti hak-hak yang diatur dalam Undang-Undang Perbankan, Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Undang-Undang Pangan, dan undangundang lainnya. Berkenaan dengan berbagai undang-undang tersebut, maka harus diingat bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) adalah sebagai payung hukum bagi semua aturan lainnya berkenaan dengan perlindungan konsumen.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Undang-undang perlindungan konsumen no 8 tahun 1999

## b. Kewajiban Pelaku Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, arti kewajiban merupakan sesuatu yang diwajibkan atau sesuatu yang harus dilaksanakan. Kewajiban pelaku usaha merupakan segala sesuatu yang diwajibkan dalam menjalankan usahanya atau segala sesuatu yang harus dilakukan dalam menjalankan usahanya. Berdasar pada Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Kewajiban yang harus dilakukan oleh pelaku usaha antara lain :

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau pelayanan serta memberikan penjelasan pengguna, perbaikan dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang dan/ atau pelayanan jasa yang diproduksi dan /atau diperdagangkan

ketentuan standar mutu barang dan/ atau pelayanan jasa yang berlaku;

- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang/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.

Berdasar pada pasal tersebut, terlihat jelas bahwa dalam menjalankan usahanya pelaku usaha harus mengedepankan itikad baik sebagai kewajiban utama dan pertama. kewajiban untuk melakukan itikad baik dalam melakukan suatu kegiatan usaha juga merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian dimana diatur dalam Pasal 1338 KUHP Perdata. Apabila dilihat dari sudut pandang Undang-Undang

Perlindungan Konsumen, iktikad baik lebih ditekankan kepada para pelaku usaha, dikarenakan di dalam suatu itikad baik tentu akan meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usaha yang dimulai sejak barang itu dirancang/ atau diproduksi hingga pada tahap penjualan, sehingga kewajiban utama pelaku usaha ialah beritikad baik. Sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.

## B. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli

### 1. Pengertian Jual Beli

Kata jual beli berasal dari bahasa Arab, yaitu *al-bai'* **الْبَيْعُ** yang berarti menjual atau menganti,<sup>31</sup> dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.<sup>32</sup> Dalam bahasa Arab, jual beli ini terdiri dari dua kata yang mengandung makna berlawanan yaitu *al-bai'* **الْبَيْعُ** artinya jual dan *asy-syira'a* artinya membeli atau

---

<sup>31</sup> Ghazaly Abdul Rahman, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2010), 67.

<sup>32</sup> Sayyid Abi Bakr Ibnu As-Sayyid Muhammad Syatha Ad-Dimyathiy, *I'anatut Thalibin*, Jilid II, (Singapura: al-Haramain, t.t), 2.

perdagangan.<sup>33</sup> Kata jual beli الشِّراء atau perdagangan menurut bahasa ialah pertukaran sesuatu benda dengan sesuatu benda yang lain.<sup>34</sup>

Jual beli terdiri dari dua kata, yaitu jual dan beli. Kata jual dan beli memiliki arti tidak belakang. Kata jual menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual sedangkan beli adalah perbuatan membeli. Dengan demikian kata jual beli menunjukkan adanya dua perbuatan dalam satu peristiwa yaitu satu pihak menjual dan pihak lain membeli, maka dalam hal ini terjadilah hukum jual beli. Sedangkan menurut istilah (*terminologi*) yang dimaksud dari jual beli adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak milik dari satu orang kepada orang yang lain atas dasar kerelaan.<sup>35</sup>

Berdasarkan pengertian di atas, maka pada intinya jual beli adalah tukar menukar barang yang satu dengan yang lainnya yang memiliki nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan

---

<sup>33</sup> Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 119.

<sup>34</sup> Sulaiman bin Umar bin Muhammad al-Bujairimi, *Hasyiah al-Bujairimi*, Jilid II, (Beirut: Dar al-Fikr, 1995), 166.

<sup>35</sup> Idris Ahmad, *Fiqh al-Syafi'iyah*, (Jakarta: Karya Indah, 1986), h.5

perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.<sup>36</sup>

## 2. Dasar Hukum Jual Beli

*Al-ba'i* atau jual beli menurut pandangan *Al-Qur'an*, *as-Sunnah*, *ijma'* dan *qiyas* merupakan akad yang diperbolehkan. Jual beli sendiri sudah dikenal oleh masyarakat sejak zaman dahulu, zaman para nabi. Sejak saat itulah jual beli dijadikan kebiasaan atau tradisi oleh masyarakat hingga saat ini. Jual beli juga tidak terlepas dari aturan yang di benarkan oleh syariat kebenaran tersebut di dapatkan berlandaskan hukum yang pasti yaitu *Al-Qur'an* dan *hadist*. Adapun landasan hukum tersebut

### a. *Al-Quran*

#### 1) Q.S: Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ  
إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ

---

<sup>36</sup> Suhendi Hendi, *Fiqh Muamalah*, Cet.VI ( Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2010),h.69.

قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا <sup>ط</sup> وَأَحَلَّ  
 اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا <sup>ج</sup> فَمَنْ جَاءَهُ  
 مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا  
 سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ <sup>ط</sup> وَمَنْ عَادَ  
 فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ <sup>ط</sup> هُمْ فِيهَا  
 خَالِدُونَ

(275)

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka

adalah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”. (QS Al-Baqarah [2] : 275)<sup>37</sup>

b. *Hadits*

Hukum jual beli juga dijelaskan pada hadits Rasulullah SAW. Hadits Rifa’ah ibnu Rafi’:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ { أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ :

أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ {

رَوَاهُ الْبِرَّازُ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

“Dari Rifa’ah ibnu Rafi’ bahwa Nabi Muhammad SAW, pernah ditanya: Apakah profesi yang paling baik? Rasulullah menjawab: Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati”. (HR. Al-Barzaar 3731 dan dinilai shahih oleh al Hakim. Bulughul Maram No 784).<sup>38</sup>

c. *Ijma’*

Para Ulama sepakat bahwa aktivitas jual-beli diperbolehkan dengan alasan bahwa pada

<sup>37</sup> Departemen Agama R.I., *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemahan Al-Qur’an, 1971), h. 69.

<sup>38</sup> Al-Hafidz Bin Hajar Al-Ashqolaniy, *Terjemah Bulughul Maram*, Surabaya: Nurul Huda, h.158.

dasarnya manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bentuk dari bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lainnya yang nilainya sesuai.<sup>39</sup>

### 3. Rukun dan Syarat Jual beli

#### a. Rukun jual beli

Menurut Wahbah Zuhaili, demikian pula menurut jumhur ulama, bahwa rukun jual beli meliputi *عَاقِدَانِ* (penjual dan pembeli), *الصَّبِيْعَةُ* (ijab dan kabul), *الْمَعْمُوْدُ عَلَيْهِ* (objek akad atau barang).<sup>40</sup>

Akad secara umum adalah setiap perilaku yang melahirkan hak, atau mengalihkan atau mengubah atau mengakhiri hak, baik itu bersumber dari satu pihak ataupun dua pihak.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Ali Hasan M, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam Muamalah*. ( Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2004) h. 118.

<sup>40</sup> Zuhaili Wahbah, *Al-Mu 'tamad fi al-Fiqh al-Syafli 'i*, Damaskus: Daru al-Qalam, Juz III. Cet. Ke-3. 2011, h. 11.

<sup>41</sup> Sahroni Oni, Hasanuddin, *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad Dan Implementasinya Dalam Ekonomi Syariah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), h. 5.

Rukun jual beli menurut ulama mazhab Hanafi hanya satu, yaitu ijab dan kabul. Menurut mereka yang menjadi rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan kedua belah pihak untuk berjual beli. Namun karena unsur kerelaan itu merupakan unsur hati yang sering tidak kelihatan, maka diperlukan indikator yang menunjukkan kerelaan tersebut dari kedua belah pihak. Indikator ini bisa tergambar dalam ijab dan kabul, atau melalui cara saling memberikan barang dan harga barang.<sup>42</sup>

Dalam menetapkan rukun jual beli dikalangan ulama terdapat perbedaan pendapat. Adapun rukun jual beli menurut jumhur ulama ada empat yaitu :

- 1) *Bai'* (Penjual)
- 2) *Mustari* (pembeli)
- 3) *Shighat* (Ijab dan Qabul)
- 4) *Ma'qud Alaih* (benda atau barang)<sup>43</sup>

b. Syarat Jual Beli

Yang disebut dengan syarat dalam jual beli adalah komitmen yang dijalin antara salah satu pihak yang mengadakan transaksi dengan lainnya untuk mengambil

---

<sup>42</sup> Dahlan Abdul Aziz, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jilid 3, h.828.

<sup>43</sup> Syafe'i Rachmat, *Fiqih Muamalah*, (Bandung : Pustaka Setia Bandung, 2000), hlm. 76

manfaat dari barang tersebut.<sup>44</sup> Di antara syarat-syarat jual beli ada yang berkaitan dengan orang yang melakukan akad dan ada yang berkaitan dengan barang yang di akadkan yaitu harta yang ingin dipindahkan dari salah satu pihak kepada pihak lain, baik penukar maupun barang yang dijual.

Ulama' berpendapat sebagai mana dikutip oleh Muhammad Ali Hasan dalam bukunya yang berjudul "*Berbagai Transaksi dalam Islam*" bahwa, syarat jual beli adalah sebagai berikut:

a. Syarat orang yang berakad

Ulama fiqh dan ahli hukum sepakat orang yang melakukan akad jual beli harus memenuhi syarat :

1. Memiliki kecakapan melakukan jual beli atau berakal. Kalangan syafi'iyah dan hanabilah mensyaratkan kedua belah pihak yang berakad harus baligh dan cakap memelihara harta. Oleh sebab itu, tidak sah jual beli yang di lakukan oleh anak kecil meskipun hal itu dimaksudkan untuk menguji sejauh mana kecakapannya dalam dalam

---

<sup>44</sup> Saleh al-Fauzan, *Al-Mulakhasul Fiqhi*, (Jakarta: Gema Insani, 2006), 373.

memelihara harta, begitu juga jual beli yang dilakukan oleh orang gila dan orang yang idiot.<sup>45</sup>

2. Kedua belah pihak yang berakad berada dalam keadaan dapat memilih antara melakukan jual beli atau tidak serta tidak dalam kondisi di paksa untuk melakukan jual beli.
3. Kedua belah pihak memiliki objek jual beli. Apabila seseorang menjual barang yang belum ia miliki, ia baru akan membelinya setelah akad terjadi untuk kemudian diserahkan kepada pembeli, maka akadnya di anggap batal, karena tindakannya menjual sesuatu yang belum ia miliki berarti ia menyerahkan kepemilikan barang kepada pembeli sedang barang itu belum ada<sup>46</sup>
4. Penjual memiliki hak jual atas barang yang akan dijual. Seseorang yang akan menjual sesuatu haruslah memiliki hak untuk melakukan jual beli, hak tersebut bisa didapat melalui kepemilikan, perwalian, dan perwakilan.

b. Syarat yang berkaitan dengan *shighat*.

---

<sup>45</sup> Al-Bahuti, *Kassyf al-Qina 'an matn al-Iqna'*, (mekkah: Mathabi' al-Hukumah, 1394), Vol. III, 139.

<sup>46</sup> Al-Nawawi, *al-Majmu' syar al-Muhaddzab*, (Beirut: Dar al-Fikr, tt), vol. III, 355.

*Shighat* memiliki pengaruh dalam akad, ulama fiqh sepakat bahwa urusan pertama dalam jual beli adalah kerelaan kedua belah pihak. Kerelaan ini dapat dilihat pada saat ijab dan qabul pada saat transaksi yang mengikat kedua belah pihak seperti akad jual beli dan sewa menyewa.

Pada zaman sekarang ini ijab dan qabul tidak lagi diucapkan, tetapi dilakukan dengan tindakan, bahwa penjual menyerahkan barang dan pembeli menyerahkan uang dengan harga yang telah disepakati seperti pada pasar swalayan atau toko-toko pada umumnya. Maka syarat-syarat ijab qabul meliputi:

1. Qabul harus sesuai dengan ijab baik dalam hal jenis, sifat, ukuran, tunai atau kredit (bertempo) dan sebagainya. Apabila syarat ini terpenuhi, barulah dua keinginan akan bertemu dan saling bercocokan. Sebaliknya, apabila ijab dan qabul tidak sesuai, seperti ijab menyebutkan suatu benda, sementara dalam qabul menyebutkan benda yang lain.
2. Ijab dan qabul dilakukan di satu tempat yang sama, yang mana ke dua belah pihak hadir bersamaan, atau salah satu pihak di tempat yang lain tapi mengetahui isi ijab. Qabul merupakan jawaban dari

ijab yang letaknya langsung setelah ijab, maka terlambatnya pengucapan qabul setelah pengucapan ijab menjadikan qobul tanpa ijab.

3. Ijab dan qabul tidak boleh dipisah dengan perkataan lain selain perkataan akad. Maksud perkataan lain adalah perkataan yang tidak ada hubungannya dengan akad, bukan perkataan yang menjadi kebutuhan akad atau perkataan untuk ke maslahatan akad.
4. Pihak yang memulai ijab atau qabul memiliki kemufakatan, serta saling melafalkan shighat dengan kata-kata yang dapat didengar oleh orang sekitarnya. Berkaitan dengan hal ini, isyarat dan tulisan orang bisu dalam akad di anggap sama dengan ucapan orang normal sehingga sah hukumnya, karena kebutuhan.<sup>47</sup>

c. Syarat *ma'qud alaih* (objek jual beli)

Untuk melengkapi keabsahan jual beli, barang atau harga yang menjadi objek jual beli harus memenuhi:

1. Barang yang di perjualbelikan harus ada atau sudah di ketahui sifatnya, maka tidak sah jual beli sesuatu yang tidak ada. Ulama banyak berpendapat

---

<sup>47</sup> Ikit, dkk., *Jual Beli dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta, Gava Media, 2018), cet. I, 86

mengenai jual beli buah satu pohon untuk satu tahun ke depan, atau jual beli janin hewan yang belum lahir karena jual beli seperti itu mengandung unsur *gharar*.

2. Barang yang diperjualbelikan harus berupa harta bernilai menurut adat/ kebiasaan suatu masyarakat yang berbeda satu dengan yang lainnya.
3. Barang yang diperjualbelikan harus merupakan sesuatu yang boleh dimanfaatkan dalam segala kondisi, bukan sesuatu yang dibolehkan karena keadaan darurat saja.
4. Barang yang diperjualbelikan harus sudah berada dalam kepemilikan atau kekuasaan pemiliknya yang bersifat khusus.
5. Barang yang diperjualbelikan dapat diserahkan.<sup>48</sup>

#### 4. Macam-macam jual beli

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi. Ditinjau dari segi hukumnya jual beli ada dua macam, yaitu jual

---

<sup>48</sup> Asy-Syaikh Abu Abdurrahman, *Tammamul Minnah Sahih Fiqh Sunnah 3*, Terj. (Jakarta: Pustaka as-Sunnah, 2011), 456-458

beli yang sah menurut hukum dan batal menurut hukum, dari segi objek jual beli dan segi pelaku jual beli.<sup>49</sup>

Sebagaimana dikutip oleh Muhammad Jawad Mughniyah dalam bukunya yang berjudul “*Fiqh Al-Iman Ja’far Ash-Sadiq ‘Ardh wa Iatidlal* jus 3 dan 4” bahwa jual beli terbagi menjadi beberapa macam. Diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Jual beli *fudhuli*, yaitu jual beli yang ijab atau qabulnya dilakukan oleh orang yang bukan berkepentingan langsung maupun wakilnya.
- b. Jual beli *nasi’ah*, yaitu barang yang diperjual belikan diserahkan saat itu juga, sedangkan harganya diserahkan belakangan.
- c. Jual beli *salam*, yaitu harganya diserahkan saat itu juga sementara barangnya diserahkan belakangan (kebalikan jual beli *nasi’ah*).
- d. Jual beli *ash-sharf*, yaitu jual beli yang khusus berkenaan dengan emas dan perak.
- e. Jual beli *murabahah*, yaitu jual beli dengan keuntungan tertentu (sesuai kesepakatan kedua belah pihak).

---

<sup>49</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 75.

- f. Jual beli *muwadha'ah*, yaitu jual beli dengan kerugian tertentu.
- g. Jual beli *tauliyah*, yaitu jual beli sesuai dengan modal.<sup>50</sup>

Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli dapat dikemukakan pendapat Imam Taqiyuddin bahwa jual beli dibagi menjadi tiga bentuk:

الْبَيْعُ ثَلَاثَةٌ بَيْعٌ عَيْنٍ مُشَاهَدَةً وَبَيْعٌ شَيْئٍ مَوْصُوفٍ فِي الذَّمَّةِ وَبَيْعٌ عَيْنٍ عَائِيَّةٍ أَمْ تُشَاهَدُ

*“Jual beli itu ada tiga macam: jual beli benda yang kelihatan, jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam janji, dan jual beli benda yang tidak ada”*.<sup>51</sup>

Dari pendapat di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

Jual beli benda yang kelihatan adalah pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang diperjualbelikan ada di depan penjual dan pembeli.

---

<sup>50</sup> Muhammad Jawad Mughniyah, *Fiqh Al-Iman Ja'far Ash-Sadiq 'Ardu wa Itidlal jus 3 dan 4*, (Jakarta: Penerbit Lentera, 2009), 46.

<sup>51</sup> Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 75.

- a. Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian adalah jual beli salam (pesanan)
- b. Jual beli benda yang tidak ada serta tidak dapat dilihat ialah jual beli yang dilarang oleh agama Islam karna barangnya tidak tentu atau masih belum jelas sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian.<sup>52</sup>

Ditinjau dari segi pelaku akad (*subjek*), jual beli terbagi menjadi tiga bagian yaitu dengan lisan, dengan perantara, dengan perbuatan.<sup>53</sup>

- a. Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan adalah akad yang dilakukan oleh kebanyakan orang.
- b. Penyampaian akad jual beli melalui utusan, perantara, tulisan, atau surat menyurat sama halnya dengan ijab qabul melalui ucapan, misalnya via pos dan giro, jual beli seperti ini dibolehkan menurut *syara'*.
- c. Jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau dikenal dengan istilah *mu'athah* yaitu

---

<sup>52</sup> Sohari Sahrani, dkk, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 71.

<sup>53</sup> Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992), 79.

mengambil dan memberikan barang tanpa *ijab dan qabul*.<sup>54</sup> Seperti seorang yang mengambil rokok yang sudah bertuliskan label harganya, di bandrol oleh penjual dan kemudian di berikan uang pembayarannya kepada penjual. Jual beli demikian dilakukan tanpa *sighat ijab qabul* antara penjual dan pembeli, menurut sebagian Syafi'iyah tentu hal ini dilarang sebab *ijab qabul* sebagai rukun jual beli. Tetapi sebagian Syafi'iyah lainnya, seperti Imam Nawawi memperbolehkan jual beli barang kebutuhan sehari-hari dengan cara demikian, yakni tanpa *ijab qabul* terlebih dahulu.

Jumhur ulama berpendapat bahwa jual beli seperti ini hukumnya boleh, apabila hal ini telah menjadi kebiasaan suatu masyarakat di suatu negeri, karna unsur terpenting dalam transaksi jual beli adalah suka sama suka (*al-taradhi*), sikap mengambil barang dan membayar harga barang oleh pembeli menurut mereka telah

---

<sup>54</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), 177.

menunjukkan ijab dan qabul yang telah mengandung unsur kerelaan.<sup>55</sup>

Sedangkan ulama syafi'iyah berpendapat bahwa transaksi jual beli harus dilakukan dengan ucapan yang jelas atau melalui sindiran ijab dan qabul. Oleh sebab itu, menurut mereka jual beli seperti ini baik jual beli itu dalam partai besar ataupun kecil. Alasan mereka adalah unsur utama dalam jual beli yaitu kerelaan kedua belah pihak. Unsur kerelaan menurut mereka masalah yang amat tersembunyi dalam hati, karenanya perlu diungkapkan dengan kata-kata ijab dan qabul, apalagi persengketaan dalam jual beli dapat terjadi dan berlanjut di pengadilan.<sup>56</sup>

Akan tetapi, beberapa ulama Syafi'iyah seperti An-Nawawi, dan Al-Mutawalli memperbolehkan jual beli *mua'thah* di dalam sesuatu yang di anggap sebagai jual beli. Sebagian dari ulama Syafi'iyah ini, seperti Ibnu Suraij dan Imam Ar-Ruyani memperbolehkan

---

<sup>55</sup> Ibid.

<sup>56</sup> Ghazaly, *Fiqh* h.74

jual beli *mua'thah* khusus dalam barang-barang yang murah, seperti roti, sayuran, lain-lain.<sup>57</sup>

Dalam Islam terdapat juga larangan dalam jual beli sebagaimana terdapat pada surat Al-Jumu'ah ayat 9

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ

مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ

وَذَرُوا الْبَيْعَ ۗ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ

تَعْلَمُونَ ﴿٩﴾

*Artinya :Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum'at, Maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.*<sup>58</sup>

<sup>57</sup> Muslich, Ahmad Wardi, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta:Amzah,2010) h. 184

<sup>58</sup> Departemen Agama R.I., *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemahan Al-Qur'an, 1971),124

Larangan dalam jual beli tidak selamanya membatalkan jual beli namun terkadang juga dapat membatalkannya apabila tidak terpenuhinya salah satu rukun atau syarat jual beli. Jual beli yang dilarang sangat beragam, seperti dilarang karena sebab *ahliah*, dilarang karena *shighat*, dilarang karena *ma'qud alaih*, dilarang karena *syara'*. Jual beli yang dilarang menurut pandangan ulama fiqh:

1. *Ba'i al-ma'dum*

Merupakan bentuk jual beli atas objek transaksi yang tidak ada ketika kontrak jual beli dilakukan.

2. *Ba'i Makjuz al-taslim*

Merupakan akad jual beli dimana objek transaksi tidak bisa diserah terimakan.

3. *Ba'i Daini*

Jual beli yang dilakukan dengan orang yang memiliki beban hutang atau orang lain baik secara kontan atau tempo. Transaksi ini identik dengan *riba*, karena adanya permintaan tambahan waktu dengan adanya tambahan pembayaran.

4. *Ba'i al-gharar*

Jualbeli yang mengandung unsur resiko dan akan menjadi beban salah satu pihak dan mendatangkan kerugian finansial.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> Djuwaini, *PengantarFikih Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), 82-85

## C. Promosi

### 1. Pengertian Promosi

Mengkomunikasikan keunggulan-keunggulan dari produknya dan untuk membujuk konsumen sasaran untuk membelinya. Selanjutnya, promosi menurut William J. Stanton adalah suatu proses perancangan dan pengaturan elemen-elemen bauran pemasaran yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen biasa dan konsumen potensial. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen tentang produk yang mereka hasilkan. Dalam promosi terjadi proses penyajian pesan-pesan yang ditujukan untuk membantu penjualan barang dan jasa. Promosi merupakan aktifitas pemasaran yang paling kentara dan paling berpengaruh dalam meningkatkan penjualan Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat mengenai kehadiran suatu produk. Promosi merupakan sarana

paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen.<sup>60</sup>

## 2. Tujuan Promosi

Promosi merupakan rangkaian kegiatan yang memiliki tujuan tertentu. Sebuah perusahaan melakukan kegiatan promosi tentunya memiliki maksud dan tujuan. Berikut ini tujuan promosi adalah sebagai berikut:<sup>61</sup>

- a. *Informing*, yaitu memberitahukan informasi selengkap-lengkapya kepada calon pembeli tentang barang yang ditawarkan, siapa penjualnya, siapa pembuatnya, di mana memperolehnya, harganya dan sebagainya. Informasi yang digunakan dapat diberikan melalui tulisan, gambar, kata-kata dan sebagainya, yang disesuaikan dengan keadaan.
- b. *Persuading* yaitu membujuk calon konsumen agar mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Perlu ditekankan di sini bahwasannya membujuk bukan berarti memaksa calon konsumen sehingga

---

<sup>60</sup> William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 410

<sup>61</sup> Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Pusat, 2006), 120-124.

keputusan yang diambil mungkin justru keputusan yang negatif.

- c. *Reminding* yaitu mengingatkan konsumen tentang adanya barang tertentu yang dibuat dan dijual perusahaan tertentu, ditempat tertentu dengan harga yang tertentu pula. Konsumen kadang-kadang memang perlu diingatkan, karena mereka tidak ingin bersusah payah untuk selalu mencari barang apa yang dibutuhkan dan dimana mendapatkannya.

### **BAB III**

## **PRAKTIK JUAL BELI SISTEM PROMO SUPER HEMAT DI INDOMARET**

### **A. Gambaran Umum Indomaret di Kecamatan Mranggen**

#### 1. Sejarah Berdirinya Indomaret

Awal terbentuknya perusahaan ini dimulai dari pemikiran untuk menyediakan kebutuhan pokok karyawan, maka pada tahun 1988 didirikanlah sebuah gerai yang bernama Indomaret. Sejalan dengan pengembangan operasional toko, perusahaan tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dari perilaku konsumen dalam berbelanja. Guna mengakomodasi tujuan tersebut beberapa orang karyawan ditugaskan untuk mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat, dengan kesimpulan berdasarkan masyarakat lebih memilih belanja digerai moderen dengan alasan kelengkapan pilihan produk yang berkualitas, dengan harga yang bersaing serta suasana yang nyaman sehingga berdirilahh Indomart, dengan badan hukum PT Indomarco Prismatama.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup><https://indomaret.co.id/home/index/sejarah-visi#:~:text=Berawal%20dari%20pemikiran%20untuk%20mempermudah,dan%>

PT. Indomarco Prismatama merupakan perusahaan swasta nasional pengelola jaringan mini market Indomaret dengan akta notaris No. 207, tertanggal 21 november 1988 oleh bapak Benny Kristianto dan SIUP No.789/0902/PB/XII/88 tanggal 20 desember 1988. Indomret merupakan salah satu jaringan mini market di Indonesia yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 M.

Indomart pada mulanya membentuk konsep penyelenggaraan gerai yang berlokasi di dekat hunian konsumen dengan menyediakan berbagai kebutuhan pokok maupun kebutuhan sehari-hari, melayani masyarakat umum yang bersifat majmuk. Seiring dengan berjalannya waktu dan kebutuhan pasar indomart terus menambah gerai di berbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata, dan apartemen, sehingga menjadikan proses pembelajaran suatu jaringan retail yang berskala besar dengan berbagai pengalamn yang komplek dan variasi.

Manajemen berkomitmen untuk menjadikan indomaret sebagai asset nasional yang di dasarkan pada

kenyataan seluruh pemikiran dan pengoprasian di tangani oleh putra putri Indonesia dengan tujuan mampu bersaing dalam persaingan global dan indomaret ingin berbagi kepada masyarakat Indonesia melalui bisnis waralaba.

Konsep bisnis waralaba Indomaret adalah yang pertama dan merupakan pelopor di bidang minimarket di Indonesia. Pada mei 2003 keberhasilan sistim waralaba indomaret telah terbukti dengan di perolehnya penghargaan dari presiden Megawati sukarno Putri sebagai perusahhan waralaba nasional 2003. Pada bulan desember 2010 jumlah gerai Indomaret mencapai 4.955 gerai. Dari total itu 3508 gerai merupakan milik sendiri dan 1987 gerai merupakan waralaba milik masyarakat yang tersebar diberbagai provinsi seperti jawa barat, jawa timur, Sulawesi, jawa tengah dan bali. Di kota demak terdapat sekitar 110 gerai. Indomaret mudah di temuakn di pusat kota hingga plosok desa karan penempatan lokasi gerai di dasarkan pada motto “ mudah dan hemat”

## 2. Letak geografis

Kecamatan Mranggen merupakan salah satu kecamatan di kabupaten demak. Sebelah utara wilayah ini berbatasan dengan kecamatan sayung, sebelah timur berbatasan dengan kecamatan karangawen, sebelah selatan berbatasan dengan kabupaten semarang, sebelah barat berbatasan dengan kota semarang. Jarak terjauh dari barat ketimur adalah sepanjang 5 km dan dari utara ke selatan 29 km. jarak ke Ibukota demak 29 km. sedangkan jarak ke kecamatan sekitar adalah Kecamatan Karangawen 7km dan kecamatan saying 12km.

Secara administratif luas wilayah Kecamatan Mranggen adalah 72,22km terdiri atas 19 desa. Salah satunya adalah desa batursari merupakan salah satu masyarakat konsumtif yang kebanyakan penduduknya hidup dari bekerja sebagai karyawan, wilayah kecamatan luas desa batursari adalah 651,963 hektar dan desa terluas yang berada di kecamatan mrranggen kabupaten demak. Luas wilayah desa juga meliputi tanah kas desa 15,75 hektar, luas bengkok prangkat desa 46,125 hektar, komple balai desa 0,075 hektar, tanah kuburan 0,250 hektar tanah lapangan 0,820 hektar, sawah masyarakat 11,960 hektar, tegalan 60 hektar, pekarangan penduduk

36,106 hektar tanah waqaf DII 0,120 hektar, tanah disbun atau provinsi 34,23 hektar.<sup>63</sup>

### 3. Visi dan Misi Indomaret

Visi adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, terhadap tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan tersebut serta tentang apa yang harus dilakukan agar mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. Visi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan dalam jangka panjang. Sedangkan misi dalam perusahaan adalah pernyataan tentang apa yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam mewujudkan visinya. Misi merupakan sesuatu yang nyata untuk mewujudkan serta memberi petunjuk secara garis besar dalam pencapaian visi.

Adapun yang menjadi visi dan misi dari minimarket Indomaret adalah: menjadi asset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global. Sedangkan misi dari minimarket Indomaret yaitu meningkatkan pelayanan terbaik

---

<sup>63</sup> Wawancara dengan ibu Siti Mu'awanah selaku kepala minimarket Indomaret , pada tanggal 8 Agustus 2022, pukul 18.30 WIB

sehingga kepuasan pelanggan menjadi sasaran utama yang harus di penuhi.<sup>64</sup>

Visi dan misi perusahaan juga didukung oleh motto dari Indomaret yaitu: “Mudah dan Hemat”, yang menjadi budaya perusahaan dalam bekerja dengan menjunjung tinggi nilai-nilai:

- a. Kejujuran. Kebenaran, keadilan.
- b. Kerja sama tim.
- c. Kemajuan melalui inovasi yang ekonomis.
- d. Kepuasan pelanggan.<sup>65</sup>

#### 4. Struktur Organisasi Indomaret

Dalam menjalankan kegiatan perusahaan, salah satu syarat yang harus diperhatikan adalah struktur organisasi perusahaan yang baik dan tersusun rapi untuk kelancaran operasional perusahaan. Untuk itu perlu menjalin kerjasama yang baik dan harmonis antar karyawan dalam pembagian tugas. Hal ini bertujuan agar setiap bagian personil dalam perusahaan mengetahui jelas

---

<sup>64</sup> Http:// [www.indomaret.co.id](http://www.indomaret.co.id), diakses pada tanggal 15 agustus 2022. Pukul 21.23 WIB

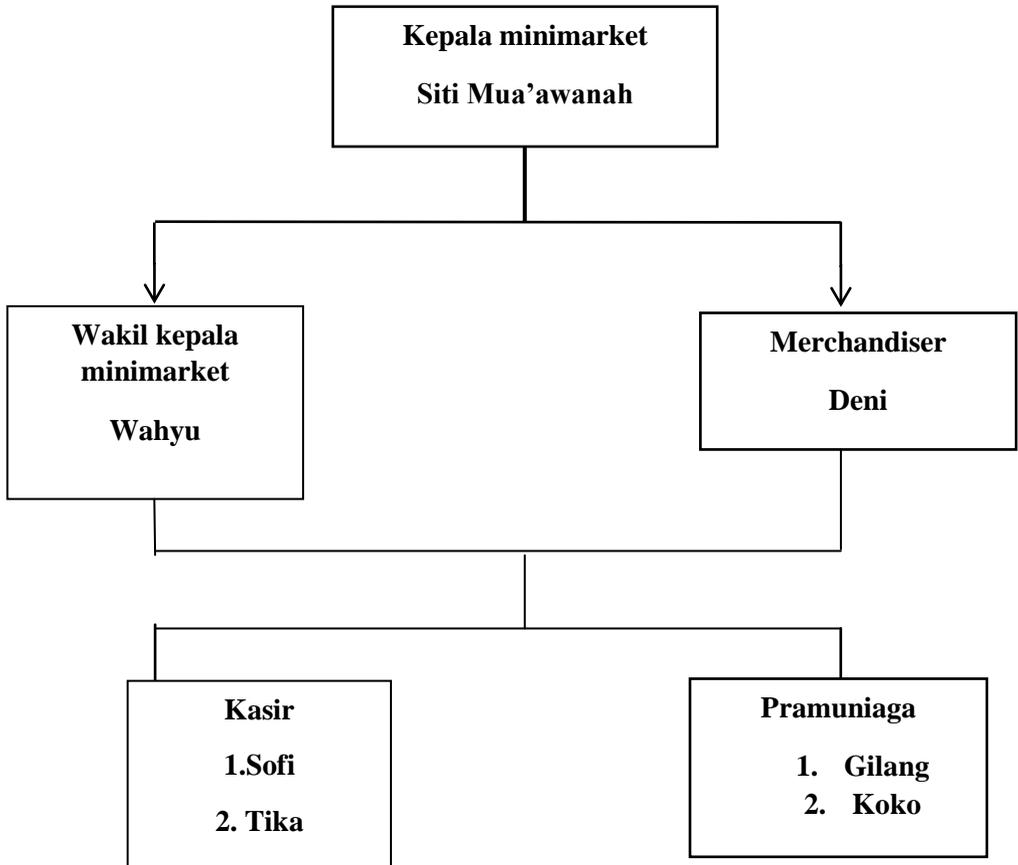
<sup>65</sup> Wawancara dengan ibu Siti Mu’awanah selaku kepala minimarket Indomaret , pada tanggal 8 Agustus 2022, pukul 18.30 WIB

tugas, wewenang dan tanggung jawabnya supaya tidak terjadi tumpang tindih dalam melaksanakan pekerjaannya.

Struktur organisasi dalam perusahaan sangat penting, karena tanpa struktur organisasi yang baik kemungkinan besar kegiatan pemasaran tidak dapat berjalan dengan baik, sehingga tujuan dari sebuah perusahaan tidak dapat tercapai. Jadi dengan melihat struktur organisasi, maka dapat diketahui hubungan antara pimpinan dan bawahan atau sebaliknya melalui garis wewenang dan tanggung jawab agar terdistribusi dengan baik.

Serangkaian aktivitas yang menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah bagi setiap kegiatan yang menunjukkan hubungan seluruh pekerjaan atau jabatan masing-masing agar tugas dalam organisasi menjadi efektif dan efisien disebut struktur organisasi. Bentuk dari struktur organisasi di indomaret adalah organisasi lini yaitu merupakan hubungan wewenang dan tanggung jawab secara vertikal yang di kaitkan dengan tugas dan jabatan tiap tingkatan atasan dan bawahan. Adapun struktur organisasi di minimarket Indomaret dapat dilihat dari gambar di bawah ini:

**STUKTUR ORGANISASI DI  
INDOMARET KECAMATAN MRANGGEN**



Adapun perincian tugas dari setiap bagian dari organisasi minimarket Indomaret yaitu sebagai berikut :

c. Pimpinan atau Kepala Toko

Pimpinan atau kepala toko mempunyai tugas yaitu :

- 1) Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional
- 2) Mengkoordinir semua aktifitas toko di dalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan yang diarahkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan toko
- 3) Mengkoordinir dan mengelola bawahan sesuai dengan budaya perusahaan.
- 4) Berkoordinir atau berhubungan dengan area coordinator atau departemen lain sehubungan dengan adanya masalah atau program tertentu yang berkaitan dengan toko.
- 5) Melakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas- tugas operasional sehari-hari.

d. Wakil Pimpinan atau Asisten Kepala toko

Wakil pimpinan atau asisten kepala toko memiliki tugas yaitu:

- 1) Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional

- 2) Mengkoordinir semua aktifitas toko di dalam menjalankan pelayanan kepada semua pelanggan yang diarahkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan meningkatkan jumlah pelanggan di toko.
- 3) Melakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas-tugas operasional sehari.hari.
- 4) Melaporkan atau meminta persetujuan kepada kepala toko mengenai keputusan yang berhubungan dengan toko.

e. Merchandiser

Merchandiser bertugas yaitu :

- 1) Mengkoordinir permintaan barang dagangan dari distributor center.
- 2) Mengkoordinir pengeluaran atau retur barang dari toko ke distributor center.
- 3) Mengkoordinir pendisplayan barang dagangan baik di rak-rak penjualan ataupun gudang.
- 4) Mengkoordinir dan memastikan sarana promosi terpasang sesuai petunjuk.
- 5) Menjaga dan merawat sarana promosi tersebut.
- 6) Mengantikan kepala toko atau asisten kepala toko apabila sedang libur.

d. Kasir

Adapun tugas kasir sebagai berikut:

- 1) Memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- 2) Mempersiapkan sarana kerja yang diperlukan.
- 3) Melakukan pengawasan dan pencegahan barang hilang.
- 4) Melakukan proses transaksi penjualan langsung
- 5) Pemajangan barang (display)
- 6) Persiapan retur barang.
- 7) Informasi dan penawaran program promosi
- 8) Pencetakan barang.
- 9) Stock opname

e. Pramuniaga

Pramuniaga memiliki beberapa tugas yaitu :

- 1) Memberikan pelayanan terhadap pelanggan.
- 2) Melaksanakan kebersihan.
- 3) Melakukan pengawasan dan pencegahan barang hilang.
- 4) Menerima penitipan barang.
- 5) Pemajangan barang (display)
- 6) Perisapan retur barang.
- 7) Informasi dan penawaran program promosi.
- 8) Penyebaran Leaflet.

- 9) Informasi barang kosong kepada merchandiser/ kepala toko/ asisten kepala toko.<sup>66</sup>

## **B. Mekanisme Pemberian Promo Super Hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen**

Indomaret sering mengadakan promosi barang-barang tertentu dan juga dalam waktu yang terbatas, dengan harga yang bersaing dengan perusahaan ritel lainnya. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh indomaret dilakukan secara berkala dengan berbagai cara yang sesuai dengan produk dan target pasarnya. Siti Mu'awanah juga mengatakan bahwa bentuk promosi di Indomaret dilakukan dengan dua cara yaitu jangka panjang dan jangka pendek.

1. Promosi jangka panjang yaitu mengajak masyarakat yang berbelanja di Indomaret untuk menjadi member dengan cara membuat member *card* Indomaret yang bertujuan untuk menjaga loyalitas konsumen terhadap Indomaret.
2. Promosi jangka pendek yaitu harga heboh, promosi bulan ini, JSM, super hemat.

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan ibu Siti Mu'awanah selaku kepala minimarket Indomaret, pada tanggal 8 Agustus 2022, pukul 18.30 WIB

- a. “Harga heboh” promo yang dilakukan mingguan dengan harga yang murah untuk kebutuhan sehari-hari
- b. “Promosi bulan ini “ adalah promo yang dilakukan setiap bulan atas produk tertentu dalam bentuk potongan harga atau dalam bentuk beli satu gratis satu.
- c. JSM adalah promo yang dilakukan setiap jumat sabtu minggu untuk produk tertentu .
- d. Super hemat yaitu brosur edisi 2 minggu yang berisi promosi produk-produk dengan harga hemat sebagai panduan konsumen belanja hemat.<sup>67</sup>

Promosi super hemat dilakukan dengan berbagai cara yaitu: dengan cara memasang *banner* dan sepanduk, yang ditempel di kaca, digantung di rak, ditempel di atas meja berupa gambar dan harga promo, atau dengan menyampaikan langsung kepada konsumen bahwa barang tersebut sedang ada promosi .<sup>68</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh salah satu karyawan yang bekerja di Indomaret Kecamatan Mranggen. Karyawan tersebut mengungkapkan bahwa cara promosi

---

<sup>67</sup> Hasil wawancara dengan Gilang Permadi, karyawan minimarket Indomaret Mranggen pada tanggal 9 agustus pukul 15.00 WIB

<sup>68</sup> Hasil wawancara dengan ibu Siti Muawanah, Kepala minimarket Indomaret Mranggen pada tanggal 8 agustus 2022 pukul 18.30 WIB

yang dilakukan menggunakan cara menempelkan harga pada rak barang sehingga konsumen tidak perlu bertannya barang apa saja yang sedang promo. Karyawan juga memberi tahu konsumen dengan memasang semacam list harga yang tertera pada sebuah kertas berukuran sedang berisi gambar dan harga barang yang dipasang di dalam ruangan. Ada juga yang menggunakan cara memasang spanduk atau membuat tenda stand promosi untuk memberitahu promo bulanan.<sup>69</sup>

Berbeda dari dua pernyataan karyawan di atas, salah satu karyawan di Indomaret tidak hanya menggunakan sistem promosi melalui pemasangan harga pada rak *display*, maupun sistem promosi melalui *banner* atau tenda stand promosi tetapi karyawan tersebut menyampaikan bahwa sistem promo juga sering di promosikan melalui sosial media seperti *instagram, facebook*, dan akun web resmi Indomaret.<sup>70</sup>

Dari pernyataan karyawan di atas menunjukan dalam hal promosi karyawan Indomaret menggunakan berbagai sistem diantaranya menggunakan sistem menempelkan harga pada rak *display* barang, melalui *banner*

---

<sup>69</sup> Wawancara dengan Gilang Permadi selaku Karyawan minimarket Indomaret , pada tanggal 9 Agustus 2022, pukul 15.00 WIB

<sup>70</sup> Wawancara dengan Ahmad Ghozali selaku Karyawan minimarket Indomaret , pada tanggal 10 Agustus 2022, pukul 14.00 WIB

atau spanduk, membuat tenda stand promosi, menawarkan langgung kepada konsumen yang berbelanja serta mengiklankan melalui berbagai sosial media.

### **C. Praktik Jual Beli Promo Super Hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen**

Indomaret merupakan salah satu perusahaan ritel yang cukup mudah untuk ditemukan minimarketnya, dikarenakan di Indonesia sangat banyak Indomaret yang tersebar, dan lokasi yang sangat strategis. Siti Mu'awanah selaku kepala minimarket Indomaret mengatakan bahwa Indomaret sendiri memiliki motto “mudah dan hemat” dimana masyarakat bisa menemukannya didaerah perumahan, perkantoran jika ingin berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Di Kecamatan Mranggen telah tersebar sebanyak 19 gerai minimarket indomaret, dengan jumlah pembeli mencapai 250-300 orang di hari biasa, sedangkan untuk hari *weekend* jumlah pembeli 300-400 orang.<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> Wawancara dengan ibu Siti Mu'awanah selaku kepala minimarket Indomaret , pada tanggal 8 Agustus 2022, pukul 18.30 WIB

Pada praktiknya jual beli promo di indomaret dilakukan dengan cara mengambil barang yang sudah tersedia di rak *display* dengan label harga yang sudah tertera, untuk harga promo berlabel harga warna kuning, sedangkan harga normal berwarna putih. Maka dengan adanya barang dan harga yang tertera memudahkan pembeli untuk mencari dan mengira-ngira mana harga yang mahal dan tidak.

Setiap label harga promo yang ada pada *display* itu seharusnya sudah sesuai dengan harga promo yang terdaftar di komputer bagian kasir. akan tetapi tidak menutup kemungkinan suatu kesalahan dari sekian banyak barang yang harganya tidak sesuai dengan label harga promo di karenakan harga pada komputer adalah harga dari kantor pusat. Seperti yang dinyatakan oleh siti Mu'awanah selaku kepala minimarket untuk menetapkan harga promo super hemat pihak Indomaret mengikuti ketentuan dari kantor cabang dan dalam penetapannya harga tidak ada perbedaan di karenakan harga promo tersebut berlaku secara nasional. Promo dilakukan tanpa adanya kenaikan harga. Jadi pihak karyawan hanya memasang label harga promo yang di kirimkan oleh cabang melalui jaringan toko masing-masing, pengiriman harga promo dilakukan pada pukul 00.01 WIB

dan karyawan akan memasang harga pada produk yang akan di beri promo.<sup>72</sup>

Hal serupa juga di ungkapkan oleh salah satu karyawan yang bekerja di Indomaret Kecamatan Mranggen, karyawan tersebut mengungkapkan:

“untuk penetapan harga kita mengikuti ketentuan dari kantor pusat mbak, jadi di indomaret sini ada promo setiap minggu dan promo dua minggu sekali, untuk yang promo setiap minggu ada promo JSM (Jum’at, Sabtu, Minggu) dan *product off the week*, dan yang untuk promo dua minggu sekali kita ada promo super hemat mbak yang mana semua harga dalam setiap promo sudah ditetapkan oleh kantor pusat”.<sup>73</sup>

Dari pernyataan karyawan diatas menunjukan dalam penetapan harga promo di Indomaret Kecamatan Mranggen. Bahwa penetapan harga produk yang promo telah di tentukan oleh kantor cabang Indomaret dan akan dikirimkan melalui jaringan toko masing-masing.

---

<sup>72</sup> Wawancara dengan Gilang Permadi selaku Karyawan minimarket Indomaret , pada tanggal 9 Agustus 2022, pukul 15.00 WIB

<sup>73</sup> Wawancara dengan ahmad Ghozali selaku Karyawan minimarket Indomaret , pada tanggal 10 Agustus 2022, pukul 14.00 WIB

#### **D. Faktor penyebab perbedaan harga promo**

Dalam praktik jual beli promo super hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen sering kali terjadi perubahan harga pada barang promo yang di pajang pada rak *display*, hal itu di sebabkan kelalaian pihak karyawan Indomaret yang tidak mengganti harga promo lama pada rak *display* dengan harga terbaru. Dimana saat konsumen membeli barang yang berlabel harga promo yang di pajang pada rak *display* pada saat membayar terdapat perbedaan harga di rak *display* dengan nota pembayaran. Seperti yang terjadi di Indomaret Kecamatan Mranggen, harga promo pada produk barang pepsoden whitening ukuran 180gr tertera dengan label harga Rp. 14.500, saat melakukan pembayaran di kasir harga barang tersebut berubah menjadi RP.19.000, kelalaian karyawan tersebut sangat jelas merugikan konsumen dimana konsumen harus membayar lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang tertera pada rak *display*.

Adapun faktor yang memengaruhi perubahan harga promosi, dengan melakukan wawancara kepada karyawan Indomaret.

## 1. Kelalaian karyawan

Berdasarkan wawancara dengan ibu Siti Mua'wanah mengungkapkan bahwa untuk pergantian harga sudah di atur oleh perusahaan untuk wajib mengganti, mengupdate, menyebarkan, data yang diupdate setiap hari dari computer kemudian di pasangkan pada setiap tempat pada rak *display* yang terdapat barang promo. Karna itu adalah SOP (*standard Oprating Procedure*) dari perusahaan dalam penyebaran harga promo pada rak *display*.

Sedangkan menurut hasil wawancara dengan pak Gilang Permadi bahwa perbedaan harga terjadi karena karyawan malas mengganti harga promo dikarenakan banyaknya tugas yang mesti dilakukan, seperti membuat laporan barang yang kosong, menjaga kebersihan toko, sehingga pihak karyawan belum sempat mengganti harga promo yang lama dengan harga baru.

Berbeda dari pernyataan kedua karyawan di atas bapak dodit mengatakan kurang fokusnya karyawan dalam pemasangan harga promo terbaru, dikarenakan beberapa barang mempunyai tempat atau lokasi pemajangan lebih dari satu tempat. Sedangkan harga yang dicetak hanya berjumlah satu sehingga tidak semua barang promo terpasang dengan harga yang baru.

Dari penjelasan di atas dapat di simpulkan berdasarkan SOP ((*standard Oprating Procedure*) pergantian harga sudah di atur oleh perusahaan dan pihak minimarket wajib mengganti, mengupdate menyebarkan harga promo terbaru pada rak *display* namun karna banyaknya tugas seta penempatan barang yang tidak efisien menyebabkan perbedaan harga pada rak *display* dengan harga dikomputer kasir.

## 2. Jaringan yang bermasalah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siti Muawanah mengatakan bahwa harga promo di rak *display* dengan di kasir berbeda di sebabkan faktor jaringan, sehingga karyawan tidak bisa mengupdate harga yang baru dan masih menggunakan harga yang lama.

Sedangkan menurut hasil wawancara dengan pak dodit mengatakan bahwa terjadinya perbedaan harga di rak *display* dengan kasir di karenakan jaringan pada minimarket Indomaret sedang eror sehingga barang yang di scan kan pada kompuer kasir tidak memotong harga promo tersebut dan mengakibatkan perbedaan harga.

Dari hasil wawancara diatas terjadinya perbedaan harga di karenakan adanya gangguan jaringan pada toko

sehingga pihak minimarket tidak bisa mengupade harga terbaru yang di berikan oleh perusahaan.

Ketika penulis melakukan penelitian di Indomaret Kecamatan Mranggen penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa konsumen tentang perbedaan harga promo pada brosur promo, rak display dengan harga pada kasir, hasil dari wawancara dengan konsumen yaitu :

1. Ibu Siti warga perumnas Pucang Gading pernah mengalami perbedaan harga, ia yang merasa tetipu setelah membeli deterjen merk so klin, dimana berdasarkan katalog yang dilihat Ibu siti menunjukkan harga promo seharga Rp. 30.000 menjadi Rp.27.500, akan tetapi setelah Ibu Siti sampai di rumah karena merasa janggal dengan uang kembalian yang kurang, Ibu Siti meneliti nota pembelian dan ditemukan tidak adanya harga promo sesuai yang di katalog. Jika hal tersebut diketahui pada saat masih berada di Indomaret mungkin masih bisa dikembalikan dan dimintai penjelasan, tetapi menjadi tidak etis jika produk yang sudah dibeli ternyata sudah terpakai atau

digunakan. Untuk itu sebagai konsumen, kita harus lebih teliti lagi dalam melakukan transaksi.<sup>74</sup>

2. Mbak Dian warga Desa Batusari ketika akan membeli produk promo berupa handbody nivea dimana pada label harga di display menunjukkan harga promo, namun ketika melakukan pembayaran pada kasir harga yang tertera berbeda dengan label harga yang ada di display, setelah di tanyakan di kasir ternyata ketika melakukan penyacanan barang jaringan di minimarket sedang gangguan sehingga harga tidak terpotong sesuai dengan harga promo yang tertera di display.<sup>75</sup>
3. Mas Aji ketika berbelanja pernah mengalami perbedaan harga pada produk promo super hemat yang berupa minuman kaleng cocacola, harga yang tercantum pada brosur promo adalah Rp.10.600 tapi ketika melakukan pembayaran harga yang tertera pada nota pembayaran adalah Rp15.000, saat mengetahui adanya perbedaan harga ia menanyakan pada kasir Indomaret tentang perbedaan harga tersebut dan pegawai langsung

---

<sup>74</sup> Hasil wawancara dengan ibu Siti seorang konsumen Indomaret kecamatan Mranggen pada tanggal 7 Agustus 2022 pukul 14.30 WIB

<sup>75</sup> Wawancara dengan Mbak Dian selaku konsumen minimarket Indomaret , pada tanggal 7 Agustus 2022, pukul 14.00 WIB

memberikan harga yang sesuai dengan brosur promo dan meminta maaf atas perbedaan harga tersebut.<sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> Wawancara dengan Mas Aji selaku konsumen minimarket Indomaret , pada tanggal 7 Agustus 2022, pukul 14.30 WIB

**BAB IV**  
**ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP**  
**HAK KONSUMEN DALAM PRAKTIK JUAL BELI**  
**PROMO SUPER HEMAT DI INDOMARET**  
**KECAMATAN MRANGGEN**

**A. Analisis Pelaksanaan Jual Beli Promo Super Hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen**

Jual beli merupakan suatu bentuk muamalah antar manusia dalam bidang ekonomi yang disyariatkan oleh Islam. Dengan adanya jual beli, manusia dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, karena manusia tidak dapat hidup sendiri. Islam adalah agama yang akan membawa umatnya menuju kebahagiaan dan kesejahteraan hidup baik di dunia maupun di akhirat. Untuk menciptakan keadaan yang demikian itu diperlukan hubungan dengan sesamanya dan saling membutuhkan didalam masyarakat.<sup>77</sup>

Pada zaman yang semakin berkembang ini, menimbulkan pembisnis dagang harus mengikuti perkembangannya juga. Diantara bisnis tersebut ialah bisnis ritel yang banyak berkembang di tengah-tengah masyarakat dengan menggunakan sistem harga pasti, diantaranya adalah di Indomaret. Indomaret sendiri merupakan salah satu

---

<sup>77</sup> Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 1994), hal. 278

jaringan minimarket di Indonesia yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200M dan dikelola oleh PT. Indomarco Prismatama. Ada banyak minimarket Indomaret yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya yaitu Indomaret di Kecamatan Mranggen.

Pada praktik jual beli di Indomaret, ada beberapa konsumen yang menemukan adanya cacat dalam harga jual beli yang ada di Indomaret, dimana harga yang tertera di *display* berbeda dengan harga di nota setelah konsumen melakukan pembayaran. Tidak hanya pada harga barang, perbedaan juga terjadi pada promo baik di brosur maupun di katalog Indomaret yang tidak sesuai dengan yang ada di Indomaret tersebut.

Sebelum menganalisis jual beli yang ada di Indomaret Kecamatan Mranggen, penulis hendak memaparkan tentang ketentuan jual beli. Rukun jual beli adalah sesuatu yang harus ada untuk mewujudkan hukum jual beli, yaitu berupa harus adanya *aqdain* (penjual dan pembeli), *sighat* dari kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli dan adanya *mauqud 'alaih* (barang yang menjadi obyek jual beli).

Adapun mengenai rukun jual beli yang pertama adalah *aqdain* atau pelaku jual beli yang ada di Indomaret Kecamatan Mranggen ini tidak ditemukan adanya masalah

karena pelaku akad yakni penjual dan pembeli ini telah memenuhi syarat untuk menjadi penjual dan pembeli yaitu diantaranya: *mumayyiz*, tidak terlarang membelanjakan harta serta tidak dalam keadaan terpaksa ketika melakukan akad.

Rukun yang harus terpenuhi lagi yaitu mengenai *mauqud 'alaih* atau barang yang dijadikan obyek jual beli. Barang yang dijadikan obyek jual beli haruslah memenuhi beberapa syarat yang menurut jumbuh ulama' harus memenuhi:

1. Bersih barangnya (suci, hallah dan baik)
2. Dapat dimanfaatkan
3. Milik orang yang melakukan akad
4. Mampu diserahkan oleh pelaku akad
5. Barang yang diakadkann ada ditangan dan mengetahui

bersih barangnya dalam kaitannya dengan jual beli di Indomaret Kecamatan Mranggen tidak ditemukan adanya masalah, karena barang yang diperjualbelikan berupa produk kebutuhan sehari-hari baik berupa makanan maupun non-makanan sehingga tidak tergolong benda-benda yang najis ataupun benda yang diharamkan seperti *khamr*, *bangkai* dan lain-lain. Dengan demikian dari segi syarat terhadap barang yang diperjualbelikan haruslah bersih telah terpenuhi dan tidak ada masalah.

Sedangkan dalam kaitan syarat barang yang diperjualbelikan harus dapat dimanfaatkan, dalam hal ini bahwa produk-produk yang ada di Indomaret Kecamatan Mranggen merupakan barang-barang yang dapat dimanfaatkan karena dengan produk berupa makanan maupun non-makanan tersebut, konsumen dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Misal produk makanan berupa beras, *snack*, minuman, roti dll, sedangkan non-makanan berupa sabun mandi, sikat, pasta gigi dan lain-lain, dimana barang-barang tersebut menjadi kebutuhan konsumen yang harus terpenuhi.

Syarat ke tiga yang harus dipenuhi dalam ketentuan *mauqud 'alaih* adalah barang yang dijadikan obyek jual beli merupakan milik orang yang melakukan akad, dalam hal ini tidak ada masalah karena produk-produk ini memang benar-benar milik penjual tersebut. Hak terhadap sesuatu itu menunjukkan kepemilikan. Dimana karyawan Indomaret di Kecamatan Mranggen ini mendapatkan hak oleh atasannya untuk melakukan jual beli tersebut.

Yang dimaksud syarat mampu menyerahkan adalah keadaan barang haruslah dapat diserahterimakan, dalam hal ini tidak ada masalah karena pada praktik jual beli di Indomaret Kecamatan Mranggen karyawan mampu menyerahkan barang yang diperjualbelikan secara langsung

kepada konsumen dimana barang tersebut benar ada wujudnya. Maka tidak sah jual beli terhadap barang yang tidak dapat diserahkan.

Syarat obyek jual beli yang terakhir adalah dapat diketahui, maksudnya para pihak sudah cukup dengan mengetahui nilai harga satuannya. Akan tetapi ada pula ulama yang mesyaratkan harus mengerti baik kualitas maupun kuantitas secara detail, dalam hal ini tidak ada masalah karena konsumen yang membeli barang di Indomaret Kecamatan Mranggen mengambil sendiri barang yang ingin dibelinya, dapat memilih menentukan kualitas maupun kuantitas barang tersebut, dan juga adanya kerelaan untuk membeli barang tanpa adanya paksaan dari pihak karyawan maupun pihak lain.

Rukun yang ke tiga dalam praktik jual beli adalah *sighat* atau *ijab qabul*. *Sighat* adalah bentuk ungkapan dari *ijab qabu*. Para ulama' sepakat landasan untuk terwujudnya suatu akad adalah timbulnya sikap dari para pihak yang menunjukkan kerelaan atau persetujuan untuk merealisasikan kewajiban diantara mereka, yang para ulama' disebut *sighat* akad. Dalam *sighat* akad disyaratkan harus timbul dari pihak-pihak yang melakukan akad menurut cara yang dianggap sah oleh syara', yaitu bahwa akad harus mengguakan lafal yang menunjukkan kerelaan dari masing-

masing pihak untuk saling tukar menukar kepemilikan dalam harta, sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku.

Pada zaman modern ini, bentuk dari *ijab* dan *qabul* tidak lagi menggunakan lafal atau ucapan, tetapi dilakukan dengan sikap mengambil mengambil barang dan membayar uang oleh konsumen, serta penjual menerima uang dan menyerahkan barang tanpa ucapan apapun. Misalnya, jual beli yang berlangsung di Indomaret Kecamatan Mranggen yang memiliki sistem pembelian barang yang akad harga sudah ditentukan dan tertera pada sebuah barang atau produk yang dijual. Dalam fiqh Islam, jual beli seperti ini disebut dengan *bai' al-mu'athah*, seperti yang telah dipaparkan dalam bab dua.

Para ulama' fiqh berbeda pendapat dalam menyikapi jual beli *al-mu'athah*. Juhur ulama berpendapat bahwa jual beli *al-mu'athah* hukumnya adalah boleh apabila jual beli seperti ini telah menjadi kebiasaan masyarakat di suatu Negara. Karena unsur terpenting dalam suatu transaksi atau akad adalah suka sama suka, sesuai dengan kandungan surat an-Nisa' ayat 29.

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh*

*dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa': 29)*

Menanggapi jual beli promo di Indomaret Kecamatan Mranggen, bahwa pada praktiknya konsumen tidak mengetahui tentang adanya perubahan harga promo dan merasa telah tertipu dengan harga promo yang ditawarkan Indomaret melalui katalognya dan bandrol harga yang tertera di display Indomaret Kecamatan Mranggen. Seperti Ibu Siti yang merasa tertipu setelah membeli deterjen merk so klin, dimana berdasarkan katalog yang dilihat Ibu siti menunjukkan harga promo seharga Rp. 30.000 menjadi Rp.27.500, akan tetapi setelah Ibu Siti sampai di rumah karena merasa janggal dengan uang kembalian yang kurang, Ibu Siti meneliti nota pembelian dan ditemukan tidak adanya harga promo sesuai yang di katalog. Jika hal tersebut diketahui pada saat masih berada di Indomaret mungkin masih bisa dikembalikan dan dimintai penjelasan, tetapi menjadi tidak etis jika produk yang sudah dibeli ternyata sudah terpakai atau digunakan. Untuk itu sebagai konsumen, kita harus lebih teliti lagi dalam melakukan transaksi.

Melihat permasalahan diatas, kepedulian dan kesadaran semua pihak haruslah dibangun untuk mencegah permasalahan yang sama muncul dikemudian hari. Semua pihak yang berhubungan dalam jual beli yang ada di

Indomaret Mranggen harusnya bisa lebih hati-hati dan teliti dalam melaksanakan pekerjaannya. Dengan menambah rasa taqwa kepada Allah SWT diharapkan para pihak yang melakukan transaksi jual beli di Indomaret Kecamatan Mranggen dapat bermuamalah disertai dengan keterbukaan dan kejelasan.

Seperti yang telah kita ketahui, bahwa permasalahan harga promo yang terjadi di Indomaret Mranggen saat ini masih ditemukan, karena masih banyak ditemukan konsumen yang merasa kecewa atas harga promo yang tidak sesuai dengan katalog atau brosur dengan nota pembayaran. Hal ini disebabkan karena kurangnya kesadaran dari para penjual dalam menjalankan transaksi jual beli tersebut. Pada dasarnya pada masa awal Islam, syariat islam banyak yang menampung tradisi dan kebiasaan . selama tradisi itu tidak bertentangan dengan al-Qur'an dan Hadist. Para ulama' menolak *urf fasid* (adat kebiasaan yang salah) untuk dijadikan landasan hukum. Seperti ditegaskan pada Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 199:

حُذِيَ الْعَفْوُ وَأُمِرَ بِالْمَعْرِفِ وَأَوْاعِرِضْ عَنِ الْجَاهِلِ يِنَّ

Artinya: jadilah engkau pemaaf dan seluruhnya orang yang ma'ruf serta berpalinglah daripada orang-orang yang heboh.<sup>78</sup>

Kata Kata *bil-urfi* dalam ayat tersebut, dimana umat manusia disuruh untuk mengerjakannya. Oleh para ulama' *ushul fiqh* dipahami sebagai sesuatu yang baik dan telah menjadi kebiasaan masyarakat. Berdasarkan ayat diatas sebagai perintah untuk mengerjakan sesuatu yang dianggap baik sehingga telah terjadi tradisi dalam suatu masyarakat.<sup>79</sup> Adat yang berlangsung lama telah diterima oleh masyarakat karena tidak mengandung unsur *mafsadah* (perusak) dan tidak bertentangan dengan syara'. Pada saat ini sangatlah banyak dan menjadi perbincanga di kalangan ulama. Ada bebrapa ulama yang mengakui adat sebagai dasar hukum, namun para ulama juga sepakat menolak adat secara jelas bertentangan dengan syara'. Dengan menambah ketaqwaan kepada Allah SWT diharapkan para pihak yang melakukan stransaksi dalam jual beli di Indomaret Mranggen dapat bermuamalah disertai denngan keterbukaan dan kejelasan.

---

<sup>78</sup> Departemen RI, Al-Qur'an dan terjemah

<sup>79</sup> Satria Effendi, *Ushul fiqh*, :jakarta:kencana prenada Media Group, 2008. Hal. 155-156

## **B. Analisis Perlindungan Konsumen terhadap Jual Beli Promo di Indomaret Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak menurut Undang-Undang no 8 tahun 1999 dan Hukum Islam**

Perkembangan perekonomian yang pesat di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan jasa. Adapun pengaruh perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi yang telah memperluas arus transaksi barang dan jasa yang ditawarkan baik produk dalam negeri maupun produk asing. Kondisi tersebut memiliki satu sisi manfaat bagi konsumen karna kedudukannya akan barang dan jasa yang terpenuhi.

Dalam perekonomian jual beli merupakan hal yang sering dilakukan. Jual beli adalah tukar menukar antara barang yang satu dengan yang lain ataupun dapat diartikan tukar menukar uang dengan barang lain dengan adanya syarat tertentu. Transaksi jual beli merupakan kegiatan yang tak bisa di lepaskan dari kehidupan sehari-hari, kegiatan jual beli dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat serta memberikan kebebasan kepada konsumen dalam memilih barang dan jasa yang diinginkan sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya manusia tidak lepas dari kebutuhan pokok sehari-hari yang biasa di perjualbelikan di pasar tradisional maupun pasar moderen. Namun saat ini banyak masyarakat yang lebih memilih minimarket sebagai pusat pembelanjaan dikarenakan tempat yang lebih lengkap, tata ruang yang rapi, bersih, aman serta nyaman. Apalagi minimarket menawarkan kelebihan yang dapat menarik minat konsumen untuk datang berbelanja yaitu sering mengadakan promosi serta promo potongan harga pada produk yang dijual. Dan juga memiliki kelemahan yaitu kelalaian pihak minimarket salah satunya adalah perbedaan harga yang tertera pada brosur promosi yang biasanya di berikan pada konsumen dengan harga yang tertera pada *label display* atau dengan harga yang dibayar 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 yang harus di perjuangkan sendiri melalui jalur hukum perdata maupun institusi perdata yang disediakan oleh Negara. Dalam kasus pelanggaran hak konsumenn diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggungjawab yang dibebankan oleh pihak-pihak terkait, karena prinsip tanggungjawab merupakan

hal yang sangat penting dalam kajian hukum perlindungan konsumen. Menurut hukum perdata setiap tuntutan pertanggung jawaban harus memiliki dasar, yang menyebabkan munculnya hak hukum oleh seseorang atau untuk menuntut orang lain dan kewajiban hukum orang lain bertanggungjawab.

Dalam pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomer 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Hukum yang di berikan Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atas perbedaan harga atau ketidaksesuaian brosur promosi dan label harga pada rak *display* dengan harga pembayaran di kasir yaitu:

1. Penerapan Perlindungan Hukum yang bersifat preventif (pencegahan) yaitu suatu bentuk perlindungan hukum yang bertujuan untuk mencegah terjadinya dan megurangi kesalahan dalam memenuhi hak dan kewajiban konsumen dalam bertransaksi
  - a. Pasal 4 huruf (b) Undang-Undang Nomer8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu “ hak untuk memilih 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. Dengan hal ini mewajibkan pelaku usaha untuk mencantumkan harga barang secara jelas, mudah dibaca dan mudah dilihat. Harga barang harus ditempelkan didekat dengan barang. Dengan peraturan ini konsumen berhak mendapatkan atau membayar barang dengan harga yang tertera pada label harga.

- b. Pasal 7 huruf (c) Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/jasa” dari Undang-Undang ini konsumen berhak mendapat informasi yang benar dari produk yang dijual di minimarket, salah satunya dengan memberikan informasi harga barang yang dijual, sehingga konsumen dalam memilih produk dapat mengetahui kondisi atau harga produk yang ingin di belinya.

- c. Pasal 10 Undang-Undang Nomer 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 meyesatkan. 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 dijual.
2. Penerapan Perlindungan Hukum yang bersifat represif (penyelesaian sengketa) yaitu suatu bentuk perlindungan hukum dimana ditujukan dalam penyelesaian sengketa.
    - a. Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu “pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi brang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan” dari Undang-undang ini maka konsumen dapat secara

langsung meminta pelaku usaha untuk meminta pertanggungjawaban atas kerugian yang diperoleh, bentuk pertanggungjawaban 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 konsumen.

- b. Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yaitu “penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa” dari 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 dapat diselesaikan.

- c. Pasal 47 Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu “penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk 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 berupa pernyataan tertulis pihak pelaku usaha yang menerangkan dalam tulisan tersebut.

Adapun tanggung jawab pelaku usaha tercantum pada pasal 19 Undang-Undang Nomer 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen antara lain:

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas

kerusakan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan.

- 2) Ganti rugi yang dimaksud dalam ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau barang yang sejenis atau pemberian santunan sesuai dengan ketentuan Undang-Undang yang berlaku.
- 3) Penganti ganti rugi dilaksanakan dalam waktu 7 hari setelah tanggal transaksi
- 4) Pemberian ganti rugi yang dimaksud pada ayat (1) dan (2) tidak menghapus kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan yang dimaksud pada ayat (1) dan (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha terbukti tidak melakukan kesalahan dan kesalahan

tersebut merupakan kesalahan konsumen.<sup>80</sup>

Jika pelaku usaha memperdagangkan barang secara eceran tidak mencantumkan harga secara jelas dan mudah dibaca seperti yang termuat dalam peraturan menteri perdagangan Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2013 tentang pencantuman harga barang dan tarif jasa yang diperdagangkan, serta tidak menetapkan harga barang dengan rupiah yang berlaku maka pelaku usaha yang bersangkutan dapat dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan izin usaha khususnya dibidang perdagangan. Hal ini dilakukan setelah diberikannya peringatan secara tertulis sebanyak 3 (tiga) kali waktu masing-masing peringatan paling lama 1(satu) bulan.

Sementara jika dapat dibuktikan dengan adanya perbedaan harga pada label (*price tag*) dan harga kasir maka pelaku usaha minimarket dapat dipastikan telah melanggar pasal 8 ayat (1) yang menyebutkan pelaku usaha dilarang memproduksi atau menjual barang dan jasa yang tidak sesuai dengan yang dinyatakan dalam label, keterangan, atau promosi penjualan barang atau jasa tersebut. Ancaman berupa sanksi pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak

---

<sup>80</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta. h.22.

2.000.000.000,00 ( dua milyar rupiah) sesuai dengan pasal 62 Undang-Undang nomer 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Adapun sanksi pidana tersebut dapat dijatuhkan hukuman tambahan yaitu

- 1) Perampasan barang tertentu
- 2) Pengumuman keputusan oleh hakim
- 3) Pembayaran berupa ganti rugi
- 4) Penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada konsumen.
- 5) Penarikan barang dari peredaran dan
- 6) Pencabutan izin usaha

Dilakukan karena konsumen ada pada kondisi yang lebih lemah dari pada pelaku usaha. Selain sulitnya pembuktian konsumen juga sulit mendapatkan hak ganti rugi (kompensasi) terhadap pelanggran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Maka dari itu perlu adanya akibat hukum.

Jika mengacu pada Undang-Undang Nomer 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen apabila di temukan perbedaan harga pada brosur promosi, label harga dan harga kasir maka pelaku usaha terbukti melanggar pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang nomer 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang menjelaskan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/jasa yang tidak sesuai

dengan janji yang dinyatakan pada label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.

Sementara bila mengacu pada peraturan menteri perdagangan Republik Indonesia nomer 35 tahun 2013 tentang pencantuman harga barang dan tarif jasa yang diperdagangkan, apabila adanya perbedaan harga pada label dan harga kasir maka harga yang digunakan adalah harga yang termurah.

Sedangkan menurut Hukum Islam mensyariatkan aturan-aturan yang berkaitan dengan hubungan antara individu untuk kebutuhan hidupnya, membatasi keinginan-keinginan hingga memungkinkan manusia memperoleh maksudnya tanpa memberi *madharat* kepada orang lain. Oleh karena itu melakukan hukum tukar menukar keperluan antara anggota masyarakat adalah jalan yang adil Pada bab tiga telah dipaparkan tentang perbedaan harga promo super murah pada katalog promosi dan harga pada kasir disebabkan oleh beberapa faktor yang memang menjadi sebab timbulnya selisih harga tersebut, baik faktor yang disengaja maupun tidak disengaja. Adapun nilai-nilai ke Islaman yang dapat dijadikan ruh dalam menjalankan aktifitas bisnis Islami adalah pertama, tidak melakukan penipuan, yaitu keadaan dimana salah satu pihak baik penjual ataupun pembeli tidak mengetahui informasi terhadap barang tersebut, baik yang menyangkut kualitas, kuantitas, waktu penyerahan dan harga. Dalam

menjalankan bisnisnya Nabi tidak pernah melakukan kebohongan, kecurangan, penipuan, ataupun menyembunyikan kecacatan barang<sup>7</sup>. Kedua, tidak melakukan *taghrir* atau manipulasi (ketidakpastian akad), yaitu keadaan dimana dirubah sesuatu yang bersifat pasti menjadi sesuatu yang tidak pasti baik dari segi kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan. Menurut jumhur ulama' akad dibagi menjadi dua, yaitu akad yang sah dan akad yang tidak sah. Akad yang sah adalah akad yang memenuhi rukun dan syarat sahnya, sedangkan akad yang tidak sah adalah akad jual beli yang tidak atau kurang memenuhi syarat dan rukun sahnya. Akad yang sah adalah akad yang memenuhi rukun dan syarat sahnya, sedangkan akad yang tidak sah adalah akad yang tidak atau kurang memenuhi syarat dan rukun sahnya. Dalam jual beli yang terjadi di Indomaret Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak, ijab dan qobul berupa perbuatan, jadi tidak perlu diucapkan karena harga sudah jelas tertera dalam label price, namun dalam kasus yang penulis teliti ini terjadi perbedaan harga atau ketidaksesuaian harga antara label price dengan di kasir sehingga menimbulkan ketidakjelasan harga dalam jual beli tersebut.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan tentang jual beli promo super hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen yang telah penulis uraikan di bab sebelumnya, dari uraian tersebut penulis menyimpulkan bahwa:

1. Kegiatan jual beli promo super hemat di Indomaret Kecamatan Mranggen termasuk dalam jual beli barang yang akad harganya sudah ditentukan oleh penjual dan sudah tertera pada sebuah barang atau produk yang dijual. Pada praktik jual beli promo super hemat ini konsumen tidak mengetahui tentang adanya perubahan harga promo dan merasa telah tertipu dengan harga promo yang ditawarkan Indomaret melalui katalognya dan bandrol harga yang tertera di display Indomaret Kecamatan Mranggen. Dalam memberikan tanggungjawabnya, pihak Indomaret Kecamatan Mranggen belum menjalankan ketentuan sesuai aturan dalam jual beli islam yaitu masih adanya cacat harga, terlepas dari kelalaian, kealpaan, data harga promo bermasalah dari kantor maupun stok barang kosong. Hal tersebut dapat dilihat dari karyawan Indomaret yang tidak menghiraukan keluhan dari konsumennya

atau konsumen protes karena terjadi permasalahan promo tersebut. Namun karyawan Indomaret sebagai penjual, dalam bentuk tanggung jawabnya memeberikan harga promo atau harga terendah jika ada konsumen yang mengalami permasalahan tersebut dan mengadukannya pada karyawan Indomaret.

2. Perlindungan hukum terhadap hak konsumen dalam pembelian barang di minimarket Indomaret yang tidak sesuai dengan harga katalog promosi di Indomaret Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak, bahwa perlindungan hukum yang diberikan oleh Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen atas ketidaksesuaian harga pada katalog promosi, label harga pada rak *display* dan harga di kasir adalah perlindungan hukum yang bersifat preventif dan represif. Perlindungan hukum yang bersifat preventif (pencegahan) dapat ditemukan dalam pasal 4 huruf (b) yang mengatur ha katas informasi yang benar, pasal 7 huruf (c) tentang kewajiban pelaku usaha, serta pasal 10 huruf (a) yang mengatur tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha terhadap konsumen. Sedangkan perlindungan hukum yang bersifat represif (penyelesaian sengketa) diatur dalam pasal 19 ayat (1) yang mengatur

mengenai ganti rugi, pasal 45 ayat (2) dan pasal 47 yang mengatur penyelesaian sengketa di luar pengadilan maupun penyelesaian di pengadilan. Dalam hukum islam jual beli yang terjadi di Indomaret Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak, ijab dan qobul berupa perbuatan, jadi tidak perlu diucapkan karena harga sudah jelas tertera dalam label price, namun dalam kasus yang penulis teliti ini terjadi perbedaan harga atau ketidaksesuaian harga antara label price dengan di kasir sehingga menimbulkan ketidakjelasan harga dalam jual beli tersebut

## **B. Kritik/Saran**

1. Untuk Indomaret Kecamatan Mranggen sebaiknya dalam menjalankan tugas penggantian barang yang promo dimana barang tersebut telah ada di katalog maupun di brosur sesuai dengan yang dikehendaki agar bermanfaat bagi penjual dan pembeli dan akan berpengaruh pada kepercayaan konsumen atas pelayanan terbaiknya. Penjual maupun pembeli harus mengetahui tentang prinsip jual beli yang dapat memberikan keberkahan dan mafaat sehingga tidak melanggar hukum yang sudah ada.
2. Bagi kedua belah pihak yang melakukan aktivitas jual beli baik penjual maupun pembeli hendaknya lebih teliti

dalam promo barang yang dibeli. Hal ini penting agar tercapainya kerelaan sehingga diharapkan tercapainya jual beli yang berkah.

3. Untuk semua konsumen Indomaret di Kecamatan Mrannggen hendaknya lebih teliti dan hedaknya lebih berhati-hati dalam melihat brosur atau katalog promo, atau lebi baik bertanya kepada karyawan Indomaret mengenai masih berlaku atau tidak barang promo yang ingin dibeli.

### **C. Penutup**

Alhamdulillah, berkat rahmat dan hidayah Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan seluruh rangkaian aktivitas dalam rangka penyusunan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari sepenuhnya bahwa,

Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, yaitu masih terdapat kelemahan dan kekurangan baik menyangkut isi maupun bahasa penulisannya. Oleh karenanya segala saran, dan kritik korektif dari berbagai pihak sangat penulis harapkan.

Akhirnya penulis hanya berharap semoga skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya

dan pembaca pada umumnya serta dapat dijadikan pelajaran dan perbandinagn. Semoga mendapat keridhaan Allah SWT *amiin yaa rabbal'amin.*

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Ahmad, Idris, *Fiqh al-Syafi'iyah*, Jakarta: Karya Indah, 1986.

Al-Ashqolaniy, Al-Hafidz Bin Hajar, *Terjemah Bulughul Maram*, Surabaya: 2011.

al-Bujairimi, Sulaiman bin Umar bin Muhammad, *Hasyiah al-Bujairimi*, Jilid II, Beirut: Dar al-Fikr, 1995.

Ali, Zainuddin, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014.

Al-Muslih, Abdullah dan Shawi, *Fiqh Ekonomi Keuangan Islam*, Jakarta: Darul Haq, 2004.

Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.

Barkatullah, Abdul Halim, *Hak-Hak Perlindungan Konsumen*, Bandung: Nusa Media, 2010.

Anshori, Abdul Ghofur, *Hukum Perjanjian islam di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010.

Departemen Agama R.I., *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemahan Al-Qur'an, 1971.

Hadjon, Philipus M, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu, 1987.

- Haroen, Nasrun, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Hendi, Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Cet. VI, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2010.
- Hidayat, Enang, *Fiqh Jual Beli*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Irianto, Sulistyowati dan Shidarta, *Metode Penelitian Hukum: Konstelasi dan Refleksi*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2011.
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Pusat, 2006.
- Janus, Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2010.
- M, Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam Muamalah*, Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2004.
- Mas'adi, Ghufroon A., *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Mughniyah, Muhammad Jawad, *Fiqh Al-Iman Ja'far Ash-Sadiq 'Ardh wa Itidlal jus 3 dan 4*, Jakarta: Penerbit Lentera, 2009.
- Njatrijani, Rinitami, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Semarang CV.Tigamedia Pratama, 2018.

Oni, Sahroni, Hasanuddin, *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad Dan Implementasinya Dalam Ekonomi Syariah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016).

Rachmat, Syafei, *Fiqih Muamalah Untuk UIN, STAIN, PTAIS, dan Umum*, Bandung: Pustaka Setia. Cet. Ke-10. 2001.

Rachmat, Syafe'i, *Fiqih Muamalah*, Bandung : Pustaka Setia Bandung, 2000.

Rahman, Ghazaly Abdul, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana, 2010.

Rasyidin, Utang, Dedi Supriyadi, *Pengantar Hukum Indonesia dari Tradisi ke Konstitusi*. Bandung:Pustaka Setia, 2014.

Sahrani, Sohari, dkk, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011).

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Sulaiman, Al-Faifi, *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*, Jakarta: Beirut Publishing, 2014.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen nomer 8 tahun 1999.

Usman, Rachmadi, *Hukum Ekonomi Dala Dinamika*, Jakarta: Djambatan 2000.

Wahbah, Zuhaili, *Al-Mu'tamad fi al-Fiqh al-Syafi'i*,  
Damaskus: Daru al-Qalam, Juz III. Cet. Ke-3. 2011.

Ya'qub, Hamzah, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, Bandung:  
Diponegoro, 1984.

## **JURNAL DAN SKRIPSI**

Salim, Munir, *Jual Beli Menurut Pandangan Hukum Islam*,  
Jurnal Hukum Pidana dan Ketatanegaraan Vol 6 No. 2  
2017, 371-372

Mahmuda, Masyhuri dan Utomo Wahyudi Supri, *Analisis  
Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar  
Tradisional Sleko di Kota Madiun*, *Jurnal Akuntansi dan  
Pendidikan*, Volume 6, No.1, April, Madiun:Universitas  
PGRI Madiun, 2017.

Wicaksono, Ahmad Husnul Huda, *Perlindungan Konsumen  
dalam Transaksi jual-beli Studi Perbandingan Antara  
Hukum Islam Dan UU No.8 Tahun 1999 Tentang  
Perlindungan Konsumen*, Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta: 2007.

Rachman, Gede Geya Aditya dan Gusti Ayu Puspawati,  
*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Sebagai Pemesan Dan  
Pembuat Iklan Terhadap Iklan Yang Merugikan*

*Konsumen*, Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Udayana: 2018.

Lisdiana, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi Dengan Menggunakan Hadiah (Studi pada Alfamart Way Dadi Sukarame Bandar Lampung)*, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung: 2018.

## **WAWANCARA**

Wawancara dengan ibu Siti Mu'awanah selaku kepala minimarket Indomaret , pada tanggal 8 Agustus 2022, pukul 18.30 WIB

Hasil wawancara dengan Gilang Permadi, karyawan minimarket Indomaret Mranggen pada tanggal 9 Agustus 2022 pukul 15.00 WIB

Wawancara dengan Ahmad Ghozali selaku Karyawan minimarket Indomaret , pada tanggal 10 Agustus 2022, pukul 14.00 WIB

Wawancara dengan ibu Siti seorang konsumen Indomaret kecamatan Mranggen pada tanggal 7 Agustus 2022 pukul 14.30 WIB

Wawancara dengan Mbak Dian selaku konsumen minimarket Indomaret , pada tanggal 7 Agustus 2022, pukul 14.00 WIB

Wawancara dengan Mas Aji selaku konsumen minimarket Indomaret , pada tanggal 7 Agustus 2022, pukul 14.30 WIB

## LAMPIRAN

### Pertanyaan Wawancara

- A. Pertanyaan kepada pegawai indomaret
  1. bagaimana awal mula di dirikannya indomaret?
  2. Berapakah jumlah rata-rata konsumen perhari ?
  3. Bagaimana pelaksanaan pemberian harga promo pada barang yang di jual ?
  4. Apakah tujuan dari memberi promosi ?
  5. Apakah ada konsumen yang komplain dengan adanya harga promo yang tertera di display indomaret dan di brosur promosi, tetapi pada saat akan membayar harganya tidak promo?
  6. Mengapa barang yang tertera di display promo tetapi ketika membayar ternyata tidak promo ?
  7. Bagaimana solusi dari indomaret jika ada konsumen yang mengeluhkan tentang harga promo yang tidak sesuai dengan brosur promo ?
  8. Mengapa barang yang tertera di katalog promosi sering kosong pada saat pelaksanaan promo ?
  9. Apakah barang dengan harga promosi jumlahnya terbatas ?
  
- B. Pertanyaan kepada konsumen
  1. Siapakah nama anda ?
  2. Apakah anda pernah belanja di indomaret ?
  3. Mengapa anda memilih belanja di indomaret ?
  4. Apakah anda pernah mengalami perbedaan harga brosur promo dengan harga pada saat pembayaran di kasir ?

5. Bagaimana tanggapan anda saat mengalami perbedaan harga tersebut ?



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**

Jalan Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185  
Telepon (024)7601291, Faksimili (024)7624691, Website : <http://fsh.walisongo.ac.id>.

Nomor : B-3499/Un.10.1/D1/PP.00.09/7/2021 1 Juli 2022  
Lampiran : 1 (satu) Bendel Proposal  
Hal : Permohonan Izin Riset

Yth.

**PIMPINAN INDOMARET KECAMATAN MRANGGEN**

di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dibutuhkan dengan hormat, bahwa dalam rangka pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, mahasiswa kami :

N a m a : Nur Fitriani  
N I M : 1502036132  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

sangat membutuhkan data guna penulisan skripsi yang berjudul:

**"PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK KONSUMEN DALAM PRAKTIK JUAL BELI PROMO SUPER HEMAT DI INDOMARET KECAMATAN MRANGGEN"**

Dosen Pembimbing I : Supangat, M.Ag  
Dosen Pembimbing II : -

Untuk itu kami mohon agar mahasiswa tersebut diberi izin untuk melaksanakan penelitian, wawancara, dan atau mendapatkan salinan dokumen di wilayah/lembaga/instansiyang Bapak/Ibu pimpin selama 3 (tiga) bulan sejak ditizinkan.

Sebagai bahan pertimbangan bersama ini kami lampirkan :

1. Proposal Skripsi
2. Fotocopy Identitas Diri (Kartu Mahasiswa)

Demikian atas kerjasama Bapak/ Ibu, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

an Dekan,  
Wakil Dekan  
Bidang Akademik dan Kelembagaan



Ali Imron

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo (sebagai laporan)

CONTACT PERSON:  
(+62 856-8885-5805) Nur Fitriani

***Gambar 1 Surat Izin Riset***

**DOKUMENTASI**



***Gambar 2 Wawancara dengan Kepala Minimarket Indomaret***



***Gambar 3 Wawancara dengan Pramuniaga Minimarket Indomaret***



*Gambar 4 Wawancara dengan Kasir Minimarket Indomaret*



*Gambar 5 Sample Brosur Promo Super Hemat di Indomaret*

**Wahai Ibu!** Setiap Hari, Setiap Momen, Setiap Pergerakan.

**Beverages** Periode 14 - 20 September 2023

<p><b>1 Lembar</b></p> <p>MILK LIFE Milk Life 1.5L Rp 9.800 - Rp 7.800</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>MILK LIFE Milk Life 1.5L Rp 9.800 - Rp 7.800</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>MILK LIFE Milk Life 1.5L Rp 9.800 - Rp 7.800</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>MILK LIFE Milk Life 1.5L Rp 9.800 - Rp 7.800</p>
<p><b>2 Lembar</b></p> <p>FRESH MILK Fresh Milk 1.5L Rp 12.500 - Rp 8.500</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>FRESH MILK Fresh Milk 1.5L Rp 12.500 - Rp 8.500</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>FRESH MILK Fresh Milk 1.5L Rp 12.500 - Rp 8.500</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>FRESH MILK Fresh Milk 1.5L Rp 12.500 - Rp 8.500</p>
<p><b>2 Lembar</b></p> <p>FRESH MILK Fresh Milk 1.5L Rp 12.500 - Rp 8.500</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>FRESH MILK Fresh Milk 1.5L Rp 12.500 - Rp 8.500</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>FRESH MILK Fresh Milk 1.5L Rp 12.500 - Rp 8.500</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>FRESH MILK Fresh Milk 1.5L Rp 12.500 - Rp 8.500</p>
<p><b>2 Lembar</b></p> <p>FRESH MILK Fresh Milk 1.5L Rp 12.500 - Rp 8.500</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>FRESH MILK Fresh Milk 1.5L Rp 12.500 - Rp 8.500</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>FRESH MILK Fresh Milk 1.5L Rp 12.500 - Rp 8.500</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>FRESH MILK Fresh Milk 1.5L Rp 12.500 - Rp 8.500</p>

**Promo Setiap Hari untuk Bunda**  
Belanja Hemat pakai GoPay

Scan QR ini buat cari tau promo-nya!

14-20 September 2023

Gambar 6 Sample Brosur Promo Super Hemat di Indomaret

**Wahai Ibu!** Setiap Hari, Setiap Momen, Setiap Pergerakan.

**Milk & Breakfast** Periode 14 - 20 September 2023

**DAPATKAN CASRIBACK POIN**

**Susu Sehat, Harga Hemat**

<p><b>2 Lembar</b></p> <p>ABC ABC 1.5L Rp 21.200 - Rp 9.800</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>ABC ABC 1.5L Rp 21.200 - Rp 9.800</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>ABC ABC 1.5L Rp 21.200 - Rp 9.800</p>
<p><b>2 Lembar</b></p> <p>ABC ABC 1.5L Rp 21.200 - Rp 9.800</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>ABC ABC 1.5L Rp 21.200 - Rp 9.800</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>ABC ABC 1.5L Rp 21.200 - Rp 9.800</p>

**SUSU MURAH!**

<p><b>2 Lembar</b></p> <p>Durban Durban 1.5L Rp 153.400 - Rp 9.300</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>Durban Durban 1.5L Rp 153.400 - Rp 9.300</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>Durban Durban 1.5L Rp 153.400 - Rp 9.300</p>
<p><b>2 Lembar</b></p> <p>Durban Durban 1.5L Rp 153.400 - Rp 9.300</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>Durban Durban 1.5L Rp 153.400 - Rp 9.300</p>	<p><b>2 Lembar</b></p> <p>Durban Durban 1.5L Rp 153.400 - Rp 9.300</p>

**Tarik Tunai Bisa di Indomaret**

**TUNAI di BCA** **mandiri**

**TARIK TUNAI di BRI** **BNI**

BELANJA Rp 10.000 BISA TARIK TUNAI MAKS. Rp 1.000.000

14-20 September 2023

Gambar 7 Sample Brosur Promo Super Hemat di Indomaret



**WAKILAHUBUN** Setelah 1401, Setengah Pribumi  
 Setelah 1401, Setengah Pribumi  
 Setelah 1401, Setengah Pribumi

**Personal Care** Periode 14 - 20 September 2022

<p><b>BAWEN</b>          Sabun Cair          Lembut          500ml</p> <p>Rp 25.900          (potol) + 30%</p>	<p><b>BELLADON</b>          Sabun Cair          500ml</p> <p>Rp 28.500          (potol) + 30%</p>	<p><b>ZACT</b>          Sabun Cair          500ml</p> <p>Rp 13.500          (potol) + 30%</p>
<p><b>Pepsodent</b>          Pasta Gigi          150g</p> <p>Rp 14.500          (potol) + 30%</p>	<p><b>Pepsodent</b>          Pasta Gigi          150g</p> <p>Rp 9.500          (potol) + 30%</p>	<p><b>Pepsodent</b>          Pasta Gigi          150g</p> <p>Rp 18.900          (potol) + 30%</p>
<p><b>Herbal</b>          Sabun Cair          500ml</p> <p>Rp 13.500          (potol) + 30%</p>	<p><b>GENIO</b>          Sabun Cair          500ml</p> <p>Rp 8.200          (potol) + 30%</p>	<p><b>GENIO</b>          Sabun Cair          500ml</p> <p>Rp 9.500          (potol) + 30%</p>

**BARU**  
 FILIHAN CERMAT HARGA HEMAT

---

**Indomaret**

**Siak usah jajah-jajah, Indomaret sekarang bisa KIDIM & AMBIL PAKET**

QR Code

Daftar di Indomaret  
 Indomaret sekarang bisa KIDIM & AMBIL PAKET

**Daftar Seller Indomaret In-GoPaket DAPATKAN KEUNTUNGAN berupa**

- 1. Komisi
- 2. Bonus
- 3. Insentif

Indomaret 07 91 99 September 2022

**Indomaret**

**Mengenal Layanan TITIP PAKET**

Titip Paket adalah jasa pengiriman paket di 5-15 menit. Pengirim paket dapat menitipkan paketnya pada mitra Indomaret yang bersedia untuk menitipkan paket pada mitra Indomaret yang bersedia.

Indomaret 07 91 99 September 2022

Gambar 9 Sample Brosur Promo Super Hemat di Indomaret

## **RIWAYAT HIDUP**

### **Data Pribadi**

Nama : Nur Fitriani  
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 18 Februari 1998  
Alamat : Jl. Bali No. 32, RT 14 RW 11  
Kelurahan Mintaragen,  
Kecamatan Tegal Timur, Kota  
Tegal.  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Nomor Kontak : 085866855505

### **Latar Belakang Pendidikan**

#### **Formal:**

SDN Panggung 7 Kota Tegal Lulus tahun 2009  
SMP N 4 Kota Tegal Lulus tahun 2012  
SMK Takhasus Al-Mardiyah Lulus tahun 2015

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang ,4 Desember 2022

Penulis

**Nur Fitriani**

**NIM.1502036132**