

**KEPASTIAN HARGA PADA LABEL *PRICE* DI HYPERMART
BENCOLEEN INDAH MALL DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

OLEH :

**SITI FATONAH
NIM 1516610038**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2019 M / 1440 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Siti Fatonah, NIM: 1516610038 dengan judul

“Kepastian Harga Pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall dalam Perspektif Ekonomi Islam)”. Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 26 Agustus 2019 M

25 Dhu'l-Hijjah 1440 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Nurul Hak, MA

Miti Yarmunida, M.Ag

NIP.19660616 199503 1 002

NIP.19770505 200710 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51174 Fax (0736) 51171 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Kepastian Harga Pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall dalam Perspektif Ekonomi Islam", oleh Siti Fatonah, NIM 1516610038, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : **Jumat**

Tanggal : **30 Agustus 2019 M/ 29 Dzulhijjah 1440 H**

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Bengkulu, 03 September 2019 M
04 Muharram 1441 H

Ketua

Dr. Nurul Hak, MA

NIP. 196606162000032003

Sekretaris

Miti Yarmunida, M.Ag

NIP. 197705052007102002

Penguji I

Andang Sunarto, Ph.D

NIP. 197611242006041002

Penguji II

Yosy Arisandy, ST, MM

NIP. 198508012014032001

Mengetahui,
Dekan

Dr. Snaini, MA
NIP. 197304121998032003



MOTTO

“Yakinlah. Ketika kita melibatkan Allah dalam setiap urusan kita, maka tiada hal yang tidak mungkin didunia ini. Terus berjuang, tetap semangat dan ingat Allah selalu”

“B3P: Berhati, Berfikir, Bertindak Positif”

PERSEMBAHAN

Teriring salam dan doa, Alhamdulillah pujisyukur kepada Allah SWT. Yang telah menuntun saya dengan karunia hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Dengan segala kebahagiaan dan kerendahan hati, kupersembahkan karya skripsi ini untuk:

1. Allah SWT atas nikmat-Nya yang tiada henti.
2. Nabi Muhammad SAW, ataswarisannya yang telah menjadi pedoman hidup seluruh umat manusia yaitu Alqurandan Al-Hadits.
3. Untuk kedua orang tuaku Bapak dan Ibuku tercinta (Sutarman dan Rojiah) yang tidak pernah lelah membesarkanku dengan penuh kasih sayang, memberi dukungan, semangat dan motivasi yang tak henti-hentinya.
4. Untuk saudara-saudaraku Ayuk (Sumiati, Siti Alfiah, Lusiana), Kakak (Ahmad Fauzi, Marully Napitupulu, Kholifatul Amri), yang selalu rela memberikan tenaganya untuk menguliahkan dan selalu mendoakan kesuksesanku memberikan arahan juga motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan cepat.
5. Untuk orang terdekat dan terkasih (Dedi Gunawan, Andi Abdul Malik, Fitri Maryati, Wike Anggraini, Nici Bartes) yang selalu mendengar keluh kesaku baik suka maupun duka selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Untuk kakak-kakak senior saya (Wawan Kurniawan, Efriansyah, Yesta Kurniawan, Ulandari, Noftha) yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk semua teman-teman seperjuangan angkatan 2015 yang tak dapat aku sebutkan satu persatu. Terimakasih atas doa dan dukungan kalian semua, kalian selalu memberikan motivasi dan selalu mewarnai hari-hariku dengan penuh canda dan tawa.
8. Untuk dosen pembimbing skripsiku pembimbing 1 Bapak (Dr. Nurul Hak, MA) dan pembimbing 2 Ibu (Miti Yarmunida, M. Ag), dan seluruh dosen-dosen dilingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu terimakasih atas arahan, didikan, motivasi serta bantuan yang telah kalian berikan dengan penuh kesabaran dan ketelitian. Semoga dalam rahmat Allah SWT.
9. Almamater kebanggaan ku.

SURAT PERNYATAAN

NAMA : Siti Fatonah
NIM : 1516610038
PROGRAM STUDI : Ekonomi Syariah
JUDUL : Kepastian Harga Pada Label *Price* di Hypermart
Bencoleen Indah Mall dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dengan ini dinyatakan bahwa, telah dilakukan verifikasi plagiasi melalui [Http://smallseotools.com/plagiarism-checker/](http://smallseotools.com/plagiarism-checker/) skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjau ulang kembali.

Bengkulu, 29 Agustus 2019 M
11 Dhu'l-Hijjah 1440 H

Mengetahui Tim Verifikasi

Yang Membuat Pernyataan


Andang Sunarto, P.hD
NIP: 197611242006041002


Siti Fatonah
NIM: 1516610038

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul *Kepastian Harga Pada Label Price di Hypermart Bencoleen Indah Mall dalam Perspektif Ekonomi Islam* adalah asli dan belum diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini merupakan gagasan, pemikiran dan perumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Bersedia skripsi ini diterbitkan di jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas nama saya dan nama dosen pembimbing skripsi saya.
5. Pernyataan ini dibuat sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh karya tulis ini serta sanksi lainnya sesuai dengan nama dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 26 Agustus 2019 M

25 Dhu'l-Hijjah, 1440H

siswa yang menyatakan

METERAI
TEMPEL

9FF9EAFP856762992

6000
ENAM RIBU RUPIAH


SITI FATONAH
NIM. 1516610038

ABSTRAK

Kepastian Harga Pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indal Mall dalam Perspektif Ekonomi Islam.
Oleh Siti Fatonah, NIM 1516610038

Ada dua persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu: 1). Bagaimana kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall, 2). Bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall. Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall dalam perspektif ekonomi Islam. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif berdasarkan studi kepastian harga dengan penelitian lapangan, data-data yang didapat melalui wawancara, catatan lapangan, foto dan dokumen. Dengan teknik observasi, wawancara, untuk menganalisa data penulis mendeskripsikan melalui wawancara pihak karyawan hypermart yaitu: EDP (*Electronic Data Processing*), Kasir, Karyawan (SPG/SPM). Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa. (1) Dalam kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall ditemukan adanya persoalan mengenai label harga yang tidak sesuai dengan harga yang akan di bayarkan di kasir disebabkan oleh kelalaian dari karyawan dalam pergantian label yang belum terlaksana dengan baik. karena rendahnya pemahaman karyawan terhadap konsep transparansi harga dalam Islam. (2) Pandangan ekonomi Islam terhadap kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall belum sesuai dengan ke empat konsep transparansi harga dalam ajaran Islam yaitu: *Siddiq, Amanah, Fathanah, Tabhlig*.

Kata Kunci: Harga, Label Price, Hypermart Bencoleen Indah Mall.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya hanturkan kehadirat ilahi Robbi penggenggam alam semesta dan jiwa raga limpahan kenikmatan-Nya yang tiada tara. Sehingga dengan rahmat-Nya lah saya dapat menyelesaikan semua rangkaian kuliah dan penyusunan skripsi dengan judul “Kepastian Harga Pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indal Mall dalam Perspektif Ekonomi Islam. Dalam menyelesaikan rangkaian penulis ini saya menyadari telah mendapatkan begitu banyak dukungan, arahan, bimbingan, masukan serta saran dari berbagai pihak. Untuk itu saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H Sirajuddin. M, M. Ag, MH, Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah mengizinkan saya menuntut ilmu di kampus ini.
2. Dr. Asnaini, MA, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah sabar dalam memberi pengarahan selama saya menuntut ilmu di IAIN Bengkulu.
3. Desi Isnaini, Ketua Jurusan Ekonomi Islam yang telah sabar dalam memberi pengarahan selama menuntut ilmu di IAIN Bengkulu.
4. Eka Sri Wahyuni, M.M, Ketua Jurusan Ekonomi Islam Reguler II sekaligus Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Dr. Nurul Hak, MA, Pembimbing I yang telah memberikan pengetahuan dan bimbingan.

6. Miti Yarmunida, M.Ag, Pembimbing II yang telah memberikan pengetahuan dan bimbingan.
7. Kedua orang tuaku yang selalu menghendaki kesuksesan penulis.
8. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Istitut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pengetahuan dan bimbingan dengan baik.
9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Istitut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam pelaksanaan maupun penulisan skripsi ini. Untuk itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan demi perbaikan kedepan. Walaupun kecil semoga apa yang dilakukan ini mampu memberikan manfaat bagi diri dan khalayak umumnya.

Bengkulu, 12 Agustus 2019 M
11 Dhu'l-Hijjah, 1440

Penulis

SITI FATONAH
NIM. 1516610038

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

A. LatarBelakang Masalah.....	1
B. RumusanMasalah	4
C. TujuanPenelitian	5
D. KegunaanPenelitian.....	5
E. PenelitianTerdahlu	7
F. MetodePenelitiaan.....	10
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	10
2. Waktu dan LokasiPenelitian.....	11
3. Subjek/Informasi Penelitian.....	11
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	12
5. Teknik Analisis Data.....	15
G. Sistematika Penulisan.....	17

BAB II. LANDASAN TEORI

A. Teori Harga	20
B. Teori Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	23
C. Teori Label.....	26
D. Teori Kepastian Harga dalam Ekonomi Islam	29

BAB III. GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Perusahaan.....	33
B. Tujuan Pendirian Hypermart Bencoleen Indah Mall	36
C. Alasan Pemilihan Lokasi Usaha.....	36
D. Visidan Misi Hypermart Bencoleen Indah Mall	37
E. Struktur Organisasi dan Fungsi Struktur Organisasi di Hypermart Bencoleen Indah Mall.....	37
F. Sumber Daya Manusia	39

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kepastian Harga Pada Label <i>Price</i> di Hypermart Bencoleen Indah Mall.....	50
B. Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Kepastian Harga pada Label <i>Price</i> di Hypermart Bencoleen Indah Mall.....	65

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Blanko Judul
LAMPIRAN 2	Bukti Menghadiri Seminar
LAMPIRAN 3	Daftar Hadir Seminar Proposal
LAMPIRAN 4	Halaman Pengesahan SK Pembimbing
LAMPIRAN 5	Surat Penunjukan Pembimbing
LAMPIRAN 6	Pedoman Wawancara
LAMPIRAN 7	Halaman Pengesahan Izin Penelitian
LAMPIRAN 8	Permohonan Izin Penelitian
LAMPIRAN 9	Rekomendasi Izin Penelitian dari Kesbanpol Bengkulu
LAMPIRAN 10	Surat Keterangan Izin Penelitian
LAMPIRAN 11	Surat Keterangan Selesai Penelitian
LAMPIRAN 12	Lembar Bimbingan Skripsi
LAMPIRAN 13	Dokumentasi Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman di Indonesia yang sangat pesat, perkembangan industri bisnis ritel juga semakin tinggi, hal ini membuat banyak bermunculan para pelaku bisnis ritel. Kehadiran para pelaku bisnis ritel telah membuat industri ritel semakin terkenal di Indonesia. Dalam hal ini sangat membantu para konsumen untuk berbelanja. Konsumen dapat memilih produk yang diinginkan dan dengan harga produk yang lebih terjangkau serta promosi yang bagus membuat konsumen dapat memberikan keputusan dalam pembelian.

Kehadiran akan minimarket merupakan salah satu tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat kota maupun masyarakat desa. Kondisi yang seperti ini menggambarkan suatu keadaan yang terjadi bahwa masyarakat menjadi semakin berpikir kritis dan praktis dalam memilih tempat perbelanjaan. Sikap yang kritis dan praktis dikarenakan masyarakat yang menginginkan barang yang mempunyai kualitas yang tinggi, harga yang murah dan promosi yang baik, pelayanan dan fasilitas yang memuaskan yang diinginkan konsumen. Kualitas pelayanan berperan penting dalam keputusan pembelian konsumen, kesetiaan konsumen akan meningkat apabila mendapatkan pelayanan yang baik dari minimarket tersebut. Selain kualitas pelayanan yang baik harga juga

berperan penting dalam keputusan pembelian. Harga yang dapat dijangkau akan lebih menarik minat konsumen dalam membeli produk-produk yang kita tawarkan.

Selain faktor harga, lokasi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau dan dekat dengan pusat keramaian seperti dekat dengan pusat kota dekat dengan tempat pariwisata, terminal, pasar dan lain-lain sangat mendukung peningkatan volume penjualan bagi supermarket tersebut.

Kota Bengkulu adalah salah satu kota besar di Indonesia yang perkembangan bisnis ritelnya sangat pesat. Beberapa tempat perbelanjaan yang terdapat di kota Bengkulu antara lain adalah *Giant*, *Hypermart*, *Indomaret*, *Alfamart* dan *mini market* lainnya. Dari setiap tempat perbelanjaan yang ada pasti tidak terlepas dari keunggulan-keunggulan yang ditawarkan dari masing-masing pusat perbelanjaan tersebut, misalnya menawarkan keunggulan berupa kelengkapan produk, harga yang jauh lebih murah, kualitas produk, tempat yang nyaman dan sebagainya.

Supermarket Hypermart Bengkulu merupakan salah satu tempat belanja yang ramai dikunjungi pembeli karena letaknya yang strategis yaitu berada di kawasan dekat dengan pusat kota dan dekat dengan tempat pariwisata pantai panjang Kota Bengkulu.

Berdasarkan observasi yang sudah dilakukan penulis di Supermarket Hypermart kota Bengkulu, penulis menemukan bahwa tempat yang nyaman, penawaran harga yang terjangkau dan relatif murah dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Selain tempat yang nyaman, harga yang terjangkau, pelayanan yang baik pada usaha bisnis ritel ini sangat dibutuhkan bagi setiap konsumen. Kualitas pelayanan yang dimaksud antara lain adalah keramahan dari pelayanan karyawan, kecepatan dalam melayani dan kenyamanan yang diberikan kepada konsumen.¹

Selain itu, ada beberapa permasalahan yang terjadi di Supermarket Hypermart yang berhubungan dengan keputusan pembelian, yaitu konsumen yang sering menemukan ketidaksesuaian harga barang yang diinginkan oleh konsumen tersebut. Ketidaksesuaian harga tanpa pemberitahuan membuat konsumen merasa kecewa, kekecewaan itu karena adanya perbedaan harga antara label *price* dengan harga yang ada di sistem kasir. Ketidaksesuaian harga ini akan membuat *image negative* bagi perusahaan, konsumen akan merasa dibohongi dan kecewa karena sering terjadinya perbedaan harga yang signifikan di waktu pembayaran langsung di meja kasir. Permasalahan seperti ini tidaklah baik jika konsumen jadi imbasnya.

Sedangkan konsep harga dalam jual beli harus transparan. Konsep transparansi dalam ajaran Islam memiliki relevansi dengan sifat profetik nabi

¹ Hasil Observasi awal wawancara dengan Lovita SPG Hypermart pada tanggal 10 November 2018 pukul 14:00 WIB

Muhammad Saw yaitu siddiq, amanah, fathanah dan tabligh. Karena dalam jual beli konsumen menginginkan informasi yang jelas, tepat dan sesuai dengan informasi yang ada tersebut dan sesuai dengan yang akan dibayarkan dimeja kasir.²

Konsumen sangat senang ketika membeli suatu barang yang didapat itu dengan harga yang pasti dan dengan harga yang murah atau dalam keadaan nilai nominal yang turun dari pada harga semestinya, tetapi hal ini berbanding terbalik dengan keadaan yang terjadi langsung di Hypermart Bencoleen Indah Mall, yaitu harga pada label *price* yang tidak sesuai dengan harga yang ada di sistem kasir.³

Hal inilah yang menjadi permasalahan terpenting bagi konsumen karena label harga yang tidak sesuai dengan harga yang ada dimeja kasir. Seharusnya pihak Hypermart memberikan kepastian harga yang baik dan sesuai dengan produk masing-masing yang akan dipasarkan atau diperjualbelikan. Dari permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “***Kepastian Harga Pada Label Price di Hypermart Bencoleen Indah Mall dalam Perspektif Ekonomi Islam***”.

² Muhammad Syafi'i Antonio, *Prophetic Values of Business and Management* (dalam harian Republika, Juni 2002) hal. 196

³Hasil Observasi awal Wawancara dengan Andi Kasir Hypermart pada tanggal 12 November 2018 pukul 10:00 WIB

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Kepastian Harga Pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall ?
2. Bagaimana Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Kepastian Harga Pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Praktek Kepastian Harga Pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Kepastian Harga Pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran, bermanfaat untuk pengembangan keilmuan khususnya di bidang Ekonomi Islam sebagai bahan referensi atau rujukan dan tambahan pustaka tentang kepastian harga.

2. **Praktis**

1. **Bagi Akademik**

Penelitian ini ini diharapkan agar bermanfaat secara teori dan aplikasi terhadap pengembangan ilmu Ekonomi Islam.

2. **Bagi Hypermart Bencoleen Mall**

Dapat memberikan kontribusi kepada pihak Hypermart Bencoleen Indah Mall dalam memberikan pelayanan yang baik untuk customer mengenai kepastian harga dan untuk meberikan pengetahuan tentang kepastian harga dalam syariah Islam

3. **Bagi Masyarakat**

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan pengetahuan bagi masyarakat mengenai kepastian harga dalam syariah Islam dan menambah wawasan bagi masyarakat sebagai bacaan ilmiah.

4. **Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang harga dalam ekonomi Islam khususnya mengenai Kepastian Harga pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall sehingga nantinya dapat melakukan pengkajian lebih mendalam dengan cara mengkaji penyebab lain selain penelitian ini.

E. Penelitian Terdahulu

Sejauh pengetahuan penyusun, hingga saat ini sudah banyak ditemukan penelitian, tulisan, karya ilmiah yang membahas tentang kepastian harga pada label *price* di Hypermart. Untuk mengetahui penyusun dalam melakukan penelitian, maka perlu dilakukan tinjauan pada penelitian yang telah ada dan berkaitan dengan objek bahasan.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Novia Yulianti Azali, 2015. Penelitian ini berjudul "*Perlindungan konsumen terhadap selisih harga pada label display dan kasir berdasarkan undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (studi kasus di supermarket Pamela Dua dan super Indo Yogyakarta)*". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa perlindungan hukum yang diberikan oleh UUPK terhadap selisih harga, dan apakah perlindungan yang diberikan oleh pihak supermarket kepada konsumen sudah sesuai dengan ketentuan dalam UUPK dan peraturan perundang-undangan lain yang bersangkutan. Metode yang digunakan adalah metode lapangan (*field research*), dan wawancara langsung kepada konsumen dan pihak supermarket. Hasil penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa perlindungan hukum yang diberikan UUPK terhadap selisih harga, bersifat preventif dan refresif.⁴ Sedangkan penulis membahas skripsi dengan pembahasan

⁴Novia Yulianti Azali, "*Perlindungan konsumen terhadap selisih harga pada label display dan kasir berdasarkan undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen*

bagaimana kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall yang tidak sesuai antara harga pada label dengan harga di meja kasir dan penulis juga membahas bagaimana pandangan Ekonomi Islam terhadap kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall.

2. Penelitian yang dilakukan oleh M. Alim Muttaqin, 2015. Penelitian ini berjudul “*Tinjauan hukum Islam terhadap perubahan harga secara sepihak oleh pembeli (studi kasus jual beli tembakau di Desa Sukorejo Kecamatan Tegowanu Kabupaten Grobogan)*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses terjadinya perubahan harga secara sepihak oleh pembeli dan untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap perubahan harga. Metode yang digunakan pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa perubahan harga secara sepihak yang dilakukan oleh pembeli dalam jual beli di Desa Sukorejo Kecamatan Tegowanu Kabupaten Grobogan sering dialami oleh petani. Dilihat dari ekonomi Islam perubahan harga secara sepihak oleh pembeli disebabkan karena adanya spekulasi yang dilakukan oleh pembeli dalam membeli tembakau tidak dapat dibenarkan dan hukumnya tidak sah dan haram karena dalam jual beli yang terdapat unsur spekulasi itu ada unsur spekulasi itu ada

(*studi kasus di supermarket Pamela Dua dan super Indo Yogyakarta*)” (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015).

unsur merugikan pihak lain.⁵ Sedangkan penulis membahas skripsi dengan pembahasan bagaimana kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall yang tidak sesuai antara harga pada label dengan harga yang ada di meja kasir dan penulis juga membahas bagaimana pandangan Ekonomi Islam terhadap kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Syarifudin, 2017. Penelitian ini berjudul “*Jual beli tanpa label harga perspektif undang-undang perlindungan konsumen dan hukum islam (studi pada rumah makan di kota Palangka Raya)*”. Tujuan penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan jual beli tanpa label harga pada rumah makan di kota Palangka Raya, apa saja faktor yang melatarbelakangi tidak dicantumkan label harga dalam jual beli rumah makan di kota Palangka Raya, bagaimana tinjauan UU perlindungan knsumen dan hukum islam terhadap jual beli tanpa label harga pada rumah makan di kota Palangka Raya. Jenis peneltian yaitu yuridis empiris yang bersifat deskriptik analitik dengan pendekatan fiqh dan pendekatan konseptual. Sumber data yang digunakan primer dan sekunder. Metode yang digunakan ialah pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah pelaksanaan jual beli tanpa label

⁵ M. Alim Muttaqin, “*Tinjauan hukum Islam terhadap perubahan harga secara sepihak oleh pembeli (studi kasus jual beli tembakau di Desa Sukorejo Kecamatan Tegowanu Kabupaten Grobogan)*”, (Semarang, UIN Walisongo, 2015).

harga di kota Palangka Raya menggunakan mekanisme “pesan diawal setelah itu makan dan bayar di akhir” dengan sistem penentuan harga berdasarkan menu dan besar kecilnya ikan. Faktor yang melatarbelakangi tidak dicantumkannya label harga dalam jual beli pada rumah makan yakni fluktuasi harga, faktor kebiasaan, dan tidak adanya aturan hukum.⁶ Sedangkan penulis membahas skripsi dengan pembahasan bagaimana kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall yang tidak sesuai antara harga pada label dengan harga yang ada di meja kasir dan penulis juga membahas tentang bagaimana pandangan Ekonomi Islam terhadap kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu objek penelitian langsung pada Hypermart Bencoleen Indah Mall menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif merupakan salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan dari orang-orang yang diamati.⁷

⁶ Ahmad Syarifudin, “Jual beli tanpa label harga perspektif undang-undang perlindungan konsumen dan hukum islam (studi pada rumah makan di kota Palangka Raya), (Palangka Raya, UIN Palangka Raya, 2017).

⁷Basrowi dan Swandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*,(Jakarta: Rineka Cipta: 2008). hlm, 1.

Semua data yang telah berhasil digali dan dikumpulkan bersumber dari lapangan yaitu dari pihak-pihak terkait seperti pihak EDP (*Electronic Data Processing*), dari pihak kasir, dan dari pihak karyawan (SPG/SPM). Dalam menunjang penelitian lapangan dilakukan juga penelitian pustaka (*library research*). Penelitian pustaka ini dilakukan dengan cara mencari, mengumpulkan, dan mempelajari ekonomi syariah dan bahan ekonomi lain yang terkait dengan objek penelitian.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dilakukan dari 03 Juli 2019 s/d 08 Juli 2019. Lokasi penelitian di Hypermart Bencoleen Indah Mall. Alasan mengapa penulis mengambil lokasi penelitian disini karena sesuai dengan observasi awal, yaitu Hypermart merupakan perusahaan retail yang cukup ramai dibandingkan dengan toko-toko retail lainnya, karena Hypermart menyediakan barang-barang yang harganya terjangkau, tempat yang nyaman, selain itu juga dekat dengan pusat kota dan dekat dengan tempat pariwisata. Oleh karena itu banyak konsumen yang berbelanja di Hypermart tetapi sebagian konsumen merasa dirugikan dan kecewa karena ada beberapa label harga produk yang tidak sesuai dengan apa yang dibayarkan di kasir. Karena masalah inilah penulis mengambil toko Hypermart sebagai lokasi atau tempat penelitian.

3. Subjek/ Informasi Penelitian

Penelitian yang digunakan jenis *field research*, yaitu penelitian lapangan mengenai kepastian harga pada label *price* di Hypermart

Bencoleen Indah Mall, secara *in action* pada setiap peristiwa ekonomi tertentu yang terjadi dimasyarakat. Informan dalam penelitian ini dibedakan menjadi:

a. Informan Kunci (*key informan*)

Informan kunci dalam penelitian ini adalah *person* yang ada di lingkup Hypermart Bencoleen Indah Mall yaitu EDP (*Electronic Data Processing*) karena, EDP merupakan bagian yang sangat berpengaruh serta bertanggungjawab dan yang sangat berperan penting dalam menentukan kepastian harga.

b. Informan Pendukung

Informan pendukung dalam penelitian ini adalah pihak kasir dan pihak karyawan (SPG/SPM). Karena bagian tersebut merupakan bagian yang saling berperan dalam penentuan harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall.

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

Untuk memperoleh data yang akurat, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan maka penulis menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data karena masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan. Adapun beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu :

1) Sumber Primer

Data primer yaitu data yang didapat langsung dari subjek penelitian. Data primer berupa hasil wawancara yang dilakukan dengan pihak EDP, pihak kasir, dan pihak karyawan (SPG/SPM).

2) Sumber Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan kepustakaan yang terdiri atas buku-buku (*textbook*) yang ditulis para ahli ekonomi yang berpengaruh, jurnal-jurnal ekonomi, dan hasil-hasil simposium mutakhir yang berkaitan dengan topik penelitian proposal skripsi ini.

b. Teknik Pengumpulan Data

1) Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam hal ini penulis melakukan penelitian dengan mengumpulkan, membaca dan menganalisa sejumlah buku dan bahan-bahan yang ada kaitanya dengan permasalahan ini, seperti teori transparansi harga dan literature-literatur lainnya.

2) Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Dalam hal ini penulis terjun langsung kelapangan, dengan menggunakan tehnik-tehnik sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan digunakan dalam rangka mengumpulkan data dalam suatu penelitian,

merupakan hasil perbuatan jiwa secara aktif dan penuh perhatian untuk menyadari adanya sesuatu rangsangan tertentu yang diinginkan, atau suatu studi yang disengaja dan sistematis tentang keadaan atau fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan mengamati dan mencatat.⁸ Dalam observasi ini, data yang ingin penulis peroleh secara langsung yang bersumber dari karyawan Hypermart Bencoleen Indah Mall, khususnya yang berhubungan dengan Kepastian Harga pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall dalam Perspektif Ekonomi Islam.

2. *Interview* (Wawancara)

Interview (wawancara) yaitu suatu cara dalam pengumpulan data, dimana penulis bertatap muka dan bertanya langsung, untuk memperoleh informasi lengkap dengan cara berkomunikasi secara langsung.⁹ Kegiatan wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan mengadakan wawancara langsung dengan informan yang berkaitan dengan Kepastian Harga pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall dalam Perspektif

⁸ Mardalis, 2010, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara)

⁹ J. Moleong, Lexy, *Meode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 167

Ekonomi Islam, yaitu dengan mewawancarai pihak EDP (*Elektronik Data Processing*), pihak Kasir, dan pihak karyawan SPG/SPM Hypermart Bencoleen Indah Mall.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah rekaman peristiwa yang lebih dekat dengan percakapan, menyangkut persoalan pribadi dan memerlukan interpretasi yang berhubungan sangat dekat dengan konteks rekaman peristiwa tersebut.¹⁰ Kegiatan dokumentasi dalam penelitian ini digunakan peneliti untuk merekam dan mendapatkan gambar atau foto pada saat melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang terkait tentang Kepastian Harga pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall.

Adapun instrumen penelitian yang digunakan antara lain adalah alat tulis, kertas, tape recorder untuk teknik (wawancara), selain menggunakan instrumen penelitian yang telah disebutkan penulis juga menggunakan kertas

¹⁰ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif, (Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer)*. Edisi Pertama. Cetakan Ke-10, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), Hlm. 142

yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan dalam penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Miles dan huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu: *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing / veification*.¹¹ Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Aktivitas dalam analisis data yaitu:

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Pada tahapan ini terlebih dahulu peneliti akan melakukan pengumpulan data yang telah didapat dari hasil obsevasi, wawancara dan dokumentasi di Hypermart Bencoleen Indah Mall. Tahapan ini sangat penting untuk bisa ketahapan berikutnya sebagai modal data yang akan digunakan.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. (Bandung: Alfabeta: 2018), hlm. 246

Setelah data direduksi maka, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data yang digunakan peneliti ialah dalam bentuk penjelasan yang didapatkan dari hasil observasi maupun wawancara dengan pihak EDP (*Elektronik Data Processing*), Kasir dan pihak Karyawan SPG/SPM karena pihak tersebut merupakan bagian terpenting dalam kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall, melalui penyajian data tersebut maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga semakin mudah dipahami. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi kemudian merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. *Conclusion Drawing* (Penarikan kesimpulan)

Setelah data terkumpul peneliti berusaha memahami data, mengelompokkan data, guna memilih data yang relevan dan bermakna memfokuskan data yang mengarah untuk memecahkan masalah yang ada. Kemudian peneliti akan menyusun dan menyederhanakan secara sistematis kemudian menjabarkan dari hal-hal yang umum ke yang lebih khusus lagi dari hasil temuan yang didapatkan. Pada analisis ini peneliti menajamkan masalah, menggolongkan, mengarahkan data yang lebih rinci sehingga tidak ada lagi yang tersisa dan membuang data yang tidak penting. Hal

ini dilakukan untuk menyelesaikan masalah yang ada mengenai Kepastian Harga pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall dalam Perspektif Ekonomi Islam.

G. Sistematika Penulisan

Sebagai upaya untuk memperoleh pembahasan yang sistematis sehingga dapat dipahami secara teratur maka, penulisan menggunakan sistematika yang diharapkan dapat menjawab pokok permasalahan yang dirumuskan sejak awal. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pertama pendahuluan didalamnya akan memuat beberapa rincian yakni mengenai: Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Penelitian Terdahulu, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan. Karena pada bab I ini yang menghantarkan pada pembahasan penelitian ini, mulai dari latar belakang sampai sistematika pembahasan dapat menghantarkan dan mempermudah dalam mengadakan penelitian dan menyelesaikan penelitian ini.

BAB II KAJIAN TEORI

Pada bab kedua akan memaparkan tentang kajian teori yang akan peneliti gunakan untuk menjadi bahan acuan dalam menganalisis atau menjawab masalah. Teori yang digunakan adalah teori harga yang didalamnya membahas tentang pengertian harga. Kemudian teori harga dalam perspektif ekonomi Islam yang didalamnya membahas tentang harga yang

adil, harga yang normal, atau sesuai dengan harga pasar yang menjadi landasan pokok menurut syariah Islam. Teori jual beli yang didalamnya membahas tentang pengertian jual beli, syarat dan rukun jual beli serta hikmah jual beli dalam Islam. Teori kepastian harga dalam ekonomi Islam yang didalamnya membahas tentang konsep transparansi harga dalam islam. Dan yang terakhir teori label yang membahas tentang pengertian label dan macam-macam label.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ketiga ini mendeskripsikan tentang gambaran objek penelitian dalam pembahasannya akan disajikan mengenai beberapa point yaitu Sejarah Hypermart Bencoleen Indah Mall, Tujuan Pendirian Hypermart Bencoleen Indah Mall, Alasan Pemilihan Lokasi Usaha, Visi dan Misi Hypermart Bencoleen Indah Mall, Struktur Organisasi dan Fungsi Struktur Organisasi di Hypermart Bencoleen Indah Mall, dan yang terakhir Sumber Daya Manusia. Gambaran tersebut digunakan untuk memperjelas obyek penelitian sehingga pembahasan penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat ini meliputi hasil dan pembahasan yang dianalisis mengenai Kepastian Harga Pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall dan Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Kepastian Harga Pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall berupa hasil dari wawancara yang dilakukan kepada pihak EDP (*Elektronik Data Processing*), kasir, dan karyawan (SPG/SPM) Hypermart Bencoleen Indah Mall.

BAB V PENUTUP

Merupakan bab terakhir yang terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Teori Harga

Dalam menafsirkan konsep tentang harga tentu mempunyai banyak penafsiran, menurut Kotler pada dasarnya harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau marketing mix yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya.¹²

Harga merupakan suatu cara bagi seseorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran. Harga juga bersifat sangat relative. Jika seseorang membeli

¹² Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, (Erlangga, Jakarta, 2009), hlm. 67.

barang atau jasa yang sama dengan harga yang lebih rendah, maka ia akan melakukannya.¹³

Harga adalah kompensasi yang harus dilakukan untuk mendapatkan sejumlah barang dan jasa. Dalam menetapkan harga produk, produsen harus memperhitungkan biaya produksi sehingga tidak terlalu tinggi atau rendah yang akan mempengaruhi konsumen dan produsen sendiri dalam mendapatkan keuntungan. Ada empat kebijakan harga yang biasa dipakai diperusahaan, antara lain:

a) *Price discount* (potongan harga)

Ini dapat dilakukan berdasarkan jumlah pembelian, musim, tujuan tertentu perusahaan atau sistem pembayaran yang ditetapkan perusahaan.

b) *Promotional discount* 20

Dilakukan melalui dua cara yaitu *markdown discount* dan *loss leaders*. *Markdown discount* artinya discount yang dilakukan agar konsumen berani membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan, dan *loss leaders* artinya dilakukan dengan menjual barang dibawah dari harga pokoknya.

c) *New product pricing*

¹³ Santri Zulaicha, "pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di morning bakery batam", Jurnal Inovasi dan Bisnis, Vol. 4, No.2 (2 Desember 2016), hlm. 125.

Yaitu penetapan harga barang baru, dilakukan dengan dua cara yaitu dengan menetapkan harga setinggi mungkin karena barang saingan belum ada dan menetapkan harga serendah mungkin karena barang saingan sudah banyak dipasar.

d) Geographic pricing

Yaitu kebijakan penetapan harga dengan mempertimbangkan ongkos pengiriman.¹⁴

Informasi harga adalah suatu aspek penting dari suatu sistem pasar, bursa berjangka memberikan suatu mekanisme pembentukan harga yang sangat baik bagi semua pelaku pasar. Harga yang terjadi dari transaksi dalam perdagangan berjangka selalu dipakai sebagai harga patokan bagi macam-macam kegiatan yang dapat meningkatkan efisiensi sistem pemasaran secara menyeluruh.¹⁵

Harga memiliki dua peranan utama dalam pengambilan keputusan yaitu:

1. Peranan alokasi harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai alternative yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.

¹⁴ Immanuel Arifin dan Giana Hadi W, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (Purna Inves: Bandung, 2007), hlm. 74

¹⁵ Pantas Lumbantu Batu, *Pasar Derivative*, (Jakarta: IKAPI, 2014), hlm,114-115.

2. Peran informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam memberitahu konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor-faktor atau manfaatnya secara objektif.¹⁶

Harga inilah yang menjadi relative yang akan menjadi pertimbangan bagi konsumen, ketika seseorang mau memiliki suatu barang baik dari bahan produk kebutuhan, penunjang dan fasilitas pendukung dalam pekerjaan bahkan bahan produk yang sangat dibutuhkan setiap harinya yaitu bahan pokok. Harga identik dengan jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memiliki suatu barang. Tidak jarang dari semacam harga atau uang yang ingin dikeluarkan menjadi sebuah pemersalahan besar. Baik dari konsumen yang kuat berpikir dan pintar dalam tawar-menawar dalam pemasaran. Harga bisa juga membuat kerukunan dalam tali silaturahmi menjadi pecah belah. Seseorang rela berkorban untuk apa saja melakukan sesuatu demi dapat mengumpulkan dana atau uang yang akan dikeluarkan dalam bentuk harga sudah ditetapkan oleh penjual.

Apalagi harga dalam bentuk bahan produk yang mudah didapat misalnya di supermarket yang sudah berlabelkan semua di suatu barang. Jadi setiap seseorang atau konsumen mau membeli atau mengeluarkan uang atau harga haruslah sesuai dengan label yang telah ditetapkan.

¹⁶ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2012), hlm.131

Hal yang ditetapkan merupakan Harga berukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya.¹⁷ Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila penilaian seseorang mendapatkan kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia atau memiliki dan membayar produk itu dengan harga yang mahal. Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar atau market antar pembeli dan penjual. Dalam transaksi pembelian suatu barang, maka kedua belah pihak akan memperoleh suatu imbalan atau timbal balik. Besarnya imbalan itu ditentukan oleh perbedaan antara nilai dari sesuatu barang yang diberikan dengan nilai dari sesuatu barang yang diterima dengan yang diberikan oleh suatu perusahaan disebut laba.

B. Teori Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam

Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya apabila menjual barang terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran.

¹⁷ Indriyo Gitosudarmo. *Manajemen Pemasaran*. (Yogyakarta: IKAPI. 2014). hlm.272.

Menurut jumbuh ulama telah sepakat bahwa Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, maka hanya dalam kondisi tertentu saja pemerintah dapat melakukan kebijakan penetapan harga. Prinsip dari kebijakan ini adalah mengupayakan harga yang adil, harga yang normal, atau sesuai harga pasar. Dalam penjualan Islami, baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih, yaitu:¹⁸

- a) Larangan menjual atau memperdagangkan barang-barang yang diharamkan
- b) Bersikap benar, amanah dan jujur
- c) Menegakkan keadilan dan mengharamkan riba
- d) Menerapkan kasih sayang
- e) Menegakkan toleransi dan keadilan. Ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar.

Menurut Ibnu Taimiyah naik dan turunnya suatu harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya. Kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin

¹⁸Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam, Alih Bahasa Zainal Arifin*, (Jakarta:Gema Insani,1999),hlm.189.

disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil.¹⁹

Salah satu kajian dalam ekonomi Islam ialah jual beli yang mana Allah SWT telah menurunkan syariat bagi hamba-Nya dan membolehkan bagi mereka pekerjaan-pekerjaan yang dapat membawa kemaslahatan bagi mereka, membangun hidup kemasyarakatan dan menumbuhkan perekonomian. Pekerjaan dapat memberikan kebaikan bagi mereka baik didunia maupun diakhirat, serta mengharamkan bagi mereka pekerjaan-pekerjaan buruk dan muamalah-muamalah yang haram, yang dapat merusak akhlak mereka, meruntuhkan bangunan kemasyarakatan dan melemahkan perekonomian.

Dalam islam telah dijelaskan berdasarkan Q.S Annisa ayat 29.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ
تِجْرَةً

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 diantara kamu.²⁰

Ayat ini memberikan kesan bahwa dikehidupan konsekuensi iman dan konsekuensi sifat, yang dengan sifat itu Allah memanggil mereka untuk dilarang dari memakan harta sesama secara batil, meliputi semua cara mendapatkan harta yang tidak diizinkan atau tidak diperkenankan Allah.

¹⁹Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Ketiga* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2011),hlm.144.

²⁰Departemen Agama RI, *Al-quran dan terjemahannya*, (Jakarta: Sygma, 2007), hlm. 83.

yakni dilarang olehnya diantara dengan cara menipu, menyuap, berjudi, menimbun barang-barang kebutuhan pokok untuk menaikkan harganya.

Dari penjelasan diatas dijelaskan dilarang menimbun barang-barang kebutuhan pokok untuk menaikkan harganya, kenaikan harga secara sepihak adalah salah satu perilaku yang dilarang Allah. Ketika kenaikan harga itu atas dasar suka sama suka ini diperbolehkan dalam Al- Quran.

C. Jual Beli dalam Pandangan Islam

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli merupakan transaksi yang dilakukan oleh pihak penjual dan pembeli atas suatu barang dan jasa yang menjadi objek transaksi jual beli.²¹ Pengertian jual beli dari segi etimologis adalah menukar harta dengan harta. Sedangkan pengertian menurut istilah adalah menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara tertentu (akad). Pengertian lainnya yaitu jual beli dari kata “*bay’un*” (jual) itu adalah pemilikan harta dengan harta (barang dengan barang) dan agama menambahkan persyaratan saling rela (suka sama suka). Ada yang mengatakan bahwa “jual” itu ialah ijab qobul (penyerahan dan penerimaan dalam transaksi).

Beberapa ulama memberikan pendapat mengenai jual beli, antara lain sebagai berikut: Menurut Imam Nawawi “jual beli adalah tukar menukar barang dengan barang yang bertujuan memberi kepemilikan”.

²¹Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana. 2011), hlm.135

Sedangkan, Menurut Ibnu Qudamah “jual beli adalah tukar menukar barang dengan barang yang bertujuan memberi kepemilikan dan menerima hak milik”. Jadi, Jual beli dapat disimpulkan bahwa tukar menukar barang sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam syariat Islam. Semua jual beli hukumnya boleh jika dilakukan oleh kedua belah pihak yang mempunyai kelayakan untuk melakukan transaksi, kecuali jual beli yang dilarang. Selain itu maka jual beli boleh hukumnya selama tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Dasar Hukum membolehkan jual beli terdapat dalam QS Al-Baqarah : 275 yang artinya “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”²²

Maksudnya menjelaskan bahwa Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, jadi bagi pemakan riba akan kekal di neraka mempertanggung jawabkan perbuatannya di dunia. Selain itu juga Islam memberikan ruang gerak yang luas bagi umat Islam untuk melakukan aktivitas ekonominya sehingga dapat meningkatkan kesejahteraannya asalkan tidak melanggar hukum. Dalam tafsir Imam Syafi’i yang menyatakan bahwa “Allah memaparkan jual beli dalam sejumlah ayat Al-Quar’an yang mengindikasikan kebolehan. Allah menghalalkan semua bentuk jual beli yang terjadi antara penjual dan pembeli. Keduanya diperbolehkan melangsungkan transaksi atas dasar kerelaan.

²² 16 Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Bandung: Syaamil Quran.2010)

Kerelaan dalam jual beli sulit digambarkan hanya saja bisa diketahui dari kesepakatan kedua belah pihak dengan adanya ijab qobul.²³

Agama Islam mengatur bahwa tidak semua jual beli dihalalkan, ada juga jual beli yang dilarang. Adapun jenis-jenis jual beli yang dilarang antara lain:

- a) Jual beli barang yang belum diterima, seorang muslim tidak boleh membeli suatu barang kemudian menjualnya padahal ia belum menerima barang dagangan tersebut.
- b) Jual beli barang-barang haram dan najis, seorang muslim tidak boleh menjual barang-barang haram, barang-barang yang najis, dan barang-barang yang menjurus kepada haram. Jadi tidak boleh menjual minuman keras, babi, bangkai, berhala, dan anggur yang hendak dijadikan minuman keras.
- c) Jual beli gharar, orang muslim tidak boleh menjual sesuatu yang didalamnya terdapat gharar (ketidakjelasan), jadi ia tidak boleh menjual ikan diair, atau menjual bulu dipunggung kambing yang masih hidup, atau anak hewan yang masih dalam perut induknya, buah-buahan yang belum masak, biji-bijian yang belum mengeras atau menjual barang tanpa menjelaskan sifatnya.
- d) Jual sesuatu yang tidak ada pada penjual, seorang muslim tidak boleh menjual sesuatu yang tidak ada padanya atau sesuatu yang

²³ Imam as-Shan'ani, *Subulus Salam* (Hidayah: Surabaya), hlm.4

belum dimilikinya karena hal itu menyakiti pembeli yang tidak mendapatkan barang yang dibelinya.²⁴

2. Syarat dan Rukun Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh syara'.

Agar jual beli sah dan halal, transaksi yang berlangsung haruslah memenuhi rukun dan syarat jual beli. Rukun adalah sesuatu yang harus ada didalam transaksi, sedangkan syarat adalah sesuatu yang harus terpenuhi dalam rukun tersebut. Rukun dan Syarat Jual beli meneurut Madzhab Syafi'I adalah sebagai berikut :

1. *Aqid* (penjual dan pembeli)

Syaratnya harus *ithlaq al-tasharruf* (memiliki kebiasaan pembelanjaan), tidak ada paksaan, muslim (jika barang yang dijual semisal mushaf), bukan Musuh (jika barang yang dijual alat perang).

2. *Ma'qud 'alaih* (barang yang dijual dan alat pembelian)

Syaratnya harus suci, bermanfaat (menurut kriteria syariat), dapat diserahterimakan dalam kekuasaan pelaku akad, dan teridentifikasi oleh penjual akad.²⁵

3. *Shighat* (Ijab dan Qabul)

Syaratnya tidak diselingi oleh pembicaraan lain, tidak terdiam di tengah-tengah dalam waktu lama, terdapat kesesuaian antara pernyataan ijab dan qabulnya, tidak digantungkan kepada sesuatu yang lain, tidak ada batasan masa.

Dalam melakukan jual beli harus memenuhi rukun-rukunnya. Bila rukun tersebut salah satu saja tidak terpenuhi maka, jual beli tersebut tidak dapat dilangsungkan.²⁶

Adapun syarat-syarat jual beli sesuai dengan rukun jual beli adalah:

a) Syarat-syarat orang yang berakad

Para ulama fiqh sepakat bahwa orang yang melakukan akad jual beli itu harus memenuhi syarat, yaitu :

- 1) Berakal sehat, oleh sebab itu seorang penjual dan pembeli harus memiliki akal yang sehat agar dapat meakukan transaksi jual beli dengan keadaan sadar. Jual beli yang

²⁵ Suhendi Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. hal: 64

²⁶ Muhammad bin Abdurrahman Syaikh al Allamah as-Dimasqi, *Fiqh Empat Madzhab* (Bandung: Hasyimi Press, 2004), hal. 214

dilakukan anak kecil yang belum berakal dan orang gila, hukumnya tidak sah.²⁷

- 2) Atas dasar suka sama suka, yaitu kehendak sendiri dan tidak dipaksa pihak manapun.
 - 3) Yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda, maksudnya seorang tidak dapat bertindak dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual sekaligus sebagai pembeli..
- b) Syarat yang terkait dalam ijab qabul
- 1) Orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal.
 - 2) Qabul sesuai dengan ijab. Apabila antara ijab dan qabul tidak sesuai maka jual beli tidak sah
 - 3) Ijab dan qabul dilakukan dalam satu majelis. Maksudnya kedua belah pihak yang melakukan jual beli hadir dan membicarakan topik yang sama.
- c) Syarat-syarat barang yang diperjualbelikan
- Syarat-syarat yang terkait dengan barang yang diperjualbelikan sebagai berikut :
- a. Suci, dalam Islam tidak sah melakukan transaksi jual beli barang najis, seperti bangkai, babi, anjing, dan sebagainya.
 - b. Barang yang diperjualbelikan merupakan milik sendiri atau diberi kuasa orang lain yang memilikinya.

²⁷ Rosihon Anwar. *Fiqh Muamalah II*. Pustaka Setia: Bandung . hal: 34

- c. Barang yang diperjualbelikan ada manfaatnya. Contoh barang yang tidak bermanfaat adalah lalat, nyamauk, dan sebagainya. Barang-barang seperti ini tidak sah diperjualbelikan. Akan tetapi, jika dikemudian hari barang ini bermanfaat akibat perkembangan teknologi atau yang lainnya, maka barang-barang itu sah diperjualbelikan.
- d. Barang yang diperjualbelikan jelas dan dapat dikuasai.
- e. Barang yang diperjualbelikan dapat diketahui kadarnya, jenisnya, sifat, dan harganya.
- f. Boleh diserahkan saat akad berlangsung.²⁸

3. Hikmah Jual Beli dalam Islam

Allah mensyari'atkan jual beli sebagai pemberian keluangan dan keleluasaan dari-Nya untuk hamba-hamba-Nya, yang membawa hikmah bagi manusia diantaranya:

1. Jual beli dapat menata struktur kehidupan ekonomi masyarakat yang menghargai hak milik orang lain.
2. Penjual dan pembeli dapat memenuhi kebutuhannya atas dasar kerelaan.
3. Dapat menjauhkan diri dari memakan atau memiliki barang yang haram atau secara bathil.
4. Penjual dan pembeli sama-sama mendapat rizki Allah

²⁸ Sayyid Sabiq. *Fikih Sunnah 6*, (Jakarta, 2014). hal: 12

5. Menumbuhkan ketentraman dan kebahagiaan.²⁹

D. Teori Kepastian Harga dalam Ekonomi Islam

1. Transparansi Harga

Transparansi berasal dari kata transparent yang memiliki arti jelas, nyata dan bersifat terbuka. Istilah transparansi dapat diartikan sebagai kejelasan atau keterbukaan informasi. Transparansi adalah prinsip yang menjamin akses atau kebebasan bagi setiap orang untuk memperoleh informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan, yakni informasi tentang kebijakan, proses pembuatan dan pelaksanaannya, serta hasil-hasil yang dicapai.³⁰

Transparansi merupakan keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan. Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan Informasi Publik menyatakan bahwa informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-

²⁹ Muhammad Hasbi ash-Shiddieqi, *Fiqh Kontemporer*, (Semarang: Pusataka Rizki Putra, 2000), hal. 33.

³⁰ Laoina, Lalolo Krina P, *Indikator dan Alat Ukur Prinsip Akuntabilitas, Transparansi dan Partisipasi*, (Jakarta: Public Governance, 2003), hlm.19.

Undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.³¹

Transparansi dalam konteks bisnis merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis tidak terkecuali dalam pandangan bisnis modern saat ini. Kejujuran atau keterbukaan sangat penting, karena hal tersebut sangat diperlukan untuk membangun kerangka kepercayaan seorang pedagang dan pelanggannya. Hal yang lebih penting, dalam penetapan harga harus transparan. Menetapkan harga yang terbuka dan wajar sangat perlu diterapkan oleh para pedagang.³²

2. Tujuan Transparansi Harga

Adapun tujuan transparansi yaitu menciptakan kepercayaan timbal balik antara pemerintah dan masyarakat melalui penyediaan informasi dan menjamin kemudahan didalam memperoleh informasi yang akurat dan memadai.³³

Tujuan transparansi dalam konteks kepastian harga oleh hypermart berarti menciptakan kepercayaan timbal balik antara hypermart dan masyarakat melalui penyediaan dan kemudahan memperoleh informasi yang jelas dan sesuai dengan harga yang tertera di label produk. Transparansi merujuk kepada prinsip menciptakan lingkungan di mana

³¹ Undang-Undang No. 14 Tahun 2008. *tentang Keterbukaan Publik*.

³² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami tataran teoritis dan praksis* (Malang, UIN Maliki Press, 2008) hal. 321 dan 323

³³ Penjelasan dari prinsip-prinsip Pemerintah yang Baik dalam Peraturan Pemerintah No. 101 Tahun 2000

informasi yang tertera di label akan dapat diakses, dilihat, dan dapat dipahami oleh masyarakat sehingga tidak menimbulkan ketidakpastian harga karena untuk menghindari “persepsi negatif” dari masyarakat terhadap perusahaan.

3. Transparansi dalam Perspektif Islam

Konsep transparansi dalam ajaran Islam memiliki relevansi dengan sifat profetik nabi Muhammad Saw. Hal ini diperkuat oleh apa yang diungkapkan oleh Muhammad Syafi'i Antonio bahwa *prophetic value of business and management* yang melekat dalam diri Rasulullah Saw diantaranya:

- 1) Siddiq, benar, nilai dasarnya adalah integritas. Nilai-nilai dalam bisnisnya berupa kejujuran, ikhlas, terjamin, keseimbangan emosional.
- 2) Amanah, nilai dasarnya terpercaya dan nilai-nilai dalam berbisnisnya ialah adanya kepercayaan, tanggung jawab, transparan dan tepat waktu.
- 3) Fathanah, nilai dasarnya adalah memiliki pengetahuan luas, nilai-nilai dalam bisnisnya ialah memiliki visi, pemimpin yang cerdas.

- 4) Tabligh nilai dasarnya adalah komunikatif, dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, koordinasi, ada kendali dan supervisi.³⁴

Nilai transparansi sangat menuntut nilai-nilai kejujuran atas setiap informasi dalam sebuah perusahaan dalam hal ini termasuk tentang kepastian harga. Sehubungan dengan kejujuran, dalam Alquran Surat AlIsra' ayat 35 dinyatakan yang artinya: *“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”*.

Allah berfirman hendaklah kamu sempurnakan takaran apabila kamu menakar dan janganlah sekali-kali kamu berlaku curang dalam takaranmu untuk menambah keuntungan dengan merugikan orang lain, demikian pula kamu harus berlaku jujur dan adil jika menimbang dengan menggunakan neraca yang benar. Sikap dan cara yang demikian itu adalah lebih baik bagi kamu di dunia maupun di akhirat.³⁵

Dalil tentang kejujuran diperkuat oleh hadis yang diriwayatkan dari Hakim bin Hizam Ra.: Rasulullah Saw pernah bersabda:

“Penjual dan pembeli memiliki hak untuk menyimpan atau mengembalikan barang yang diperjualbelikan selama mereka belum atau hingga mereka perpisah. Dan apabila kedua belah pihak mengatakan yang sesungguhnya berkata benar dan menjelaskan kekurangan dan kualitas (barang yang

³⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Prophetic Values of Business and Management* (dalam harian Republika, Juni 2002) hal. 196-197

³⁵ Salim Bahreisy dan Said Bahreisy, *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsir Jilid 5* (Surabaya, Bina Ilmu, 2004) hal. 42

diperjualbelikan) maka transaksi jual beli mereka akan diberkahi Allah. Tetapi apabila mereka berdusta atau menyembunyikan sesuatu (mengenai barang yang diperjualbelikan) maka tidak ada berkah Allah atas transaksi jual beli mereka” (3:293-S.A)

Hadits di atas menunjukkan bahwa pentingnya bersikap jujur dalam melakukan transaksi. Tidak hanya itu, seseorang yang hendak memperjualbelikan barang dagangan mereka dituntut untuk menjelaskan tentang keadaan barang tersebut kepada calon pembeli termasuk kekurangannya. Berdasarkan hadits di atas dapat dipahami bahwa sifat kejujuran terlihat dari sikap keterbukaan dalam menjelaskan kondisi barang dan harga.

Nilai kejujuran (Shiddiq), keterbukaan atau transparan kepada publik termanifestasikan melalui kecakapan dalam berkomunikasi (Tabligh), baik itu secara verbal maupun non-verbal sehingga pihak-pihak yang membutuhkan informasi tersebut merasa mudah untuk membaca dan memahami maksud dari si pemberi informasi. Dengan adanya kombinasi antara kejujuran dan kecakapan berkomunikasi maka informasi yang disajikan akan cepat dan tepat dimengerti oleh penggunaannya.³⁶

Dalam kaitannya dengan Kepastian Harga, transparansi ini dapat ditunjukkan dengan beberapa indikator sebagaimana indikator transparansi pada umumnya. Karena dalam hal kepastian harga harus disampaikan dengan jujur, benar, dapat dipercaya dan dapat

³⁶ Imam Az-Zabidi, *Ringkasan Shahih Bukhari* (Jakarta, Mizan, 2013) hal. 449

dipertanggungjawabkan kepada masyarakat sebagai bagian dari pertanggungjawaban dan transparansi perusahaan.

E. Teori Label

Label adalah sejumlah keterangan pada kemasan produk. Secara umum, label minimal harus berisi nama, atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan, informasi gizi, tanggal kadaluarsa, isi produk, dan keterangan legalitas.³⁷

Label pangan adalah sumber informasi bagi konsumen tentang suatu produk makanan karena konsumen tidak bisa bertemu langsung dengan produsennya. Perlindungan konsumen baru dianggap berhasil bila tiap konsumen telah sanggup melindungi diri sendiri dari segala hal yang merugikan. Ini baru dapat terjadi kalau konsumen telah dapat mengerti dan dapat menggunakan hak-haknya sebagai konsumen. Tujuan pemberian label pangan adalah agar masyarakat yang membeli dan mengkonsumsinya memperoleh informasi yang benar dan jelas tentang setiap produk pangan yang dikemas, baik menyangkut asal, keamanan mutu, kandungan gizi maupun keterangan lain, sebelum memutuskan akan membeli atau mengkonsumsi produk pangan tersebut.³⁸

³⁷Anton Apriyantono dan Nurbowo, *Panduan Belanja Dan Konsumsi Halal*, (Jakarta: Khairul Bayan, 2003), hlm. 68-69.

³⁸Ariani Kusuma Ningrum, *Pengetahuan Label Kemasan Pangan*, (Malang: Gunung Samudera, 2015), hlm.5

Label pangan penting untuk diketahui sebagai informasi terutama mengenai substansi dan standar pemakaian yang dilabelkan. Label merupakan media komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumennya³⁹

Label memiliki beberapa fungsi yaitu mengidentifikasi produk atau merk, menunjukkan kelas produk, menjelaskan karakteristik produk seperti tempat pembuatan, tanggal pembuatan, kandungan produk, dan cara penggunaan produk, serta mempromosikan produk melalui grafik yang menarik.⁴⁰

Rukminita (2007) menambahkan bahwa label adalah tulisan yang tercetak pada kemasan yang berisi informasi singkat tentang produk yang dikemas. Secara umum label terdiri dari nama produk, komposisi *ingredients* (bahan penyusun), nama dan alamat produsen atau importer, lot dan tanggal produksi batas kadaluarsa, berat bersih. Informasi nilai gizi, dan cara penyajian untuk beberapa produk tertentu juga sering dicantumkan. Secara rinci isi dari label adalah sebagai berikut:

1) *Ingredient* (komposisi bahan baku)

Penyebutan urutan pada *Ingredient* menunjukkan jumlah kandungan bahan tersebut, yang terletak pada urutan pertama adalah komponen yang jumlahnya paling besar.

2) *Standardized food*

³⁹ Sofyan Hasan, *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif Regulasi dan Implementasi di Indonesia* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), hlm. 150.

⁴⁰ Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Marketing Management* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm. 104.

Merupakan produk yang telah sesuai dengan *Standar food and Drugs Association* (FDA), yaitu sebuah lembaga pengawasan obat-obatan dan pangan di USA yang mirip Badan POM di Indonesia.

3) *Nutritional claim*

Nutritional claim ini biasanya tertera di Tabel Nutrisi (*Nutrition Fact*) maupun bagian depan kemasan.

4) *Code Dating*

Merupakan informasi mengenai kapan dan dimana produk diproduksi. Biasanya *code dating* ada pada kemasan produk-produk yang memiliki umur simpan cukup lama.

5) Tanggal kadaluarsa (*expired date*)

Menurut UU No 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan PP No 69 tentang Label dan Iklan Pangan, pencantuman tanggal kadaluarsa menjadi kewajiban yang harus dilaksanakan pada label pangan.

6) *Universal Product Code* (UPC)

Merupakan sebuah blok kecil terdiri dari garis-garis paralel dengan ukuran luas yang berbeda-beda disertai nomor dan huruf tertentu.

7) Simbol

Pada kemasan sering dijumpai gambar-gambar tertentu yang mengandung arti, beberapa simbol yang umum ada pada kemasan antara lain:

a) *Registered Trade Mark*, berupa huruf R

- b) *Copy Right*, berupa huruf C
- c) Label Halal, yang dikeluarkan oleh lembaga penjamin kehalalan yaitu LPPOM MUI.
- d) Kosher, dari produk Impor .Simbol mirip dengan label halal.⁴¹

Label berkaitan erat dengan pemasaran. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjualan.

Secara garis besar terdapat 3 macam label yaitu:

1. *Brand Label*, yaitu nama merek yang diberikan pada produk atau hdicantumkan pada kemasan
2. *Descriptive label*, yaitu label yang memberikan informasi obyektif mengenai penggunaan, kontruksi/pembuatan, perawatan/perhatian dan kinerja produk, serta karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.
3. *Grade label*, yaitu yang label yang mengidentifikasi penilaian kialitas produk dengan suatu huruf, angka atau kata.⁴²

Setiap barang wajib memiliki label harga, label harga wajib terpasang di rak pada lokasi dimana barang dipajang. Hal ini dilakukan untuk jenis barang yang memiliki barcode (kode berupa bar) yang tertempel pada kemasan luar barang. Informasi harga membantu pelanggan mengambil keputusan pembelian. Kegunaan bagi layanan di area

⁴¹ Ariani Kusuma Ningrum, *Pengetahuan Label Kemasan Pangan*, (Malang:Gunung Samudera, 2015), hlm.5-10

⁴² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm.107.

kasir, adanya barcode dan label harga pada barang akan membantu kecepatan proses penyelesaian transaksi dikasir dengan cara memindai pada *scanner* yang terpasang di meja kasir.⁴³

⁴³ Christian F Gusway, *How To Operate Your Store Effectively Yet Efficiently*, (Jakarta: Elax Media Komputindo, 2014), hlm. 60.

BAB III

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Perusahaan

Selama lebih dari 50 tahun, group perusahaan PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP) sukses mengembangkan Matahari Department Store, Ide besar itu berawal dari toko kecil bernama Mickey Mouse. Dari Matahari, telah lahir pula Hypermart, hypermarket yang juga lahir dari bumi Indonesia. 42 Tahun ini Hypermart bersiap-siap membuka tokonya yang ke-110. Momentum ini sekaligus menjadi refleksi perjalanan Hypermart di Indonesia. Lahir dengan nama Mickey Mouse dan besar dengan nama Matahari. Inilah kisahnya: Matahari berdiri di bawah bendera PT. Matahari Putra Prima Tbk.

Mulai beroperasi sejak 24 Oktober 1958, toko pertamanya bernama Mickey Mouse, yang didirikan oleh Hari Darmawan. Toko ini menempati gedung dua lantai seluas sekitar 150 m² di Pasar Baru, Jakarta. Inilah perusahaan ritel asli pertama di Indonesia. Pada tahun 1972, Matahari berhasil menjadi pelopor konsep toko serba ada (Toserba) di Indonesia. Keberhasilan itu membuat Matahari optimis untuk mengembangkan sayap dengan membuka Sinar Matahari di Bogor pada tahun 1980.

Di tahun 2003, Matahari yang telah menjadi salah satu pemimpin pasar supermarket di Indonesia memperkenalkan konsep baru yang didirikan dengan nama Market Place. Toko pertamanya didirikan di WTC Serpong lalu berlanjut ke Metropolis, Kelapa Gading, Eka Lokasi Bogor hingga ke

Pakuwon Surabaya. Tahun 2004 menjadi sebuah awal bagi inovasi Matahari yang diimplementasikan melalui pembukaan gerai Hypermart yang pertama di WTC Serpong. Dengan 43 mengusung konsep belanja “Murah Banget” berbalut suasana yang nyaman, Hypermart sukses berekspansi di hampir seluruh wilayah Indonesia. Kebutuhan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari semakin membesar. Supermarket saja tak cukup perlu didirikan Hypermart, sebuah konsep belanja dengan koleksi barang yang jauh lebih lengkap.

Matahari memandang bahwa Marketplace bisa ditingkatkan dari supermarket menjadi hypermarket. Inovasi baru pun ditawarkan dengan mengganti Marketplace di WTC Serpong menjadi Hypermart, hypermarket Matahari yang pertama, dioperasikan 22 April 2004. Dengan konsep baru yang memudahkan konsumen menemukan barang belanjaan primer dan sekunder dalam satu tempat, Hypermart didesain dengan suasana hangat, menyenangkan dan bersahabat. Keberadaan hypermart mendapat respon positif sejak dari pembukaan sampai dengan saat ini dilihat dari jumlah penjualan perhari-nya yang memuaskan, antusiasme masyarakat disana juga terbilang sangat tinggi.⁴⁴

Hypermarket merupakan sebuah konsep belanja dengan koleksi barang yang jauh lebih lengkap. Desain baru hipermarket telah dikembangkan pada tahun 2014 saat Perseroan berhasil meluncurkan Hypermart G7. Format ini

⁴⁴ https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/57842/File_13-BAB-III.pdf. Senin, tanggal 24 Juni 2019, pukul 12:45 WIB

memiliki desain baru dan lebih baik dengan penekanan pada pengalaman belanja pelanggan, sehingga mengedepankan keunggulan kompetitif. Format inovatif G7 menggunakan lampu LED dan pendingin ramah lingkungan untuk produk-produk segar. Konsep baru ini memiliki skema warna baru dan *signage interior* yang telah ditingkatkan. G7 menempatkan produk-produk tradisional, seperti produk curah, dengan tampilan modern dan harga bersaing. Gerai ini juga memungkinkan pelanggan untuk meminta pembukaan kasir tambahan jika ada lebih dari 4 pelanggan yang mengantri. Konsep terbaru ini mengadopsi konsep pusat gaya hidup, yang dilengkapi dengan berbagai tenant pendukung seperti Matahari Department Store, restoran, kafe, ATM centers, dan sebagainya. Hypermart juga terus berusaha menyediakan produk berkualitas tinggi sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan tetap memberikan harga yang kompetitif serta menjaga standar kualitas produk yang dijual.⁴⁵

Hypermart Bencoleen Indah Mall merupakan gerai ke-46 yang didirikan pada tanggal 05 November 2009. Melalui PT Matahari Putra Prima selaku peritel lokal membuka Ekspansi hypermart dan juga boston yang berada dilantai bawah Mall. Hypermart yang menempati area gedung di Bencoleen Indah Mall dan merupakan gerai pertama di Kota Bengkulu pada saat ini.⁴⁶

⁴⁵ <http://fairetail29.blogspot.com/2017/04/profil-hypermart.html>. pada hari Senin, tanggal 24 Juni 2019, pukul 15:30 WIB

⁴⁶ Ibu Lilis TL (*Team Leader*) Personalia, Wawancara pada 08 Juli 2019

B. Tujuan Pendirian Hypermart Bencoleen Indah Mall

Pusat perbelanjaan Hypermart Bencoleen Indah Mall didirikan dipusat Kota Bengkulu dengan tujuan sebagai berikut:

1. Menambah omzet pendapatan bagi pemilik saham Matahari
2. Menambah pajak pendapatan daerah di kota Bengkulu
3. Menyerap tenaga kerja agar pengangguran berkurang.
4. Menjalankan usaha perdagangan dengan harapan mendapatkan penghasilan dan pencapaian market share yang luas
5. Mengadakan perluasan usaha perdagangan.⁴⁷

C. Alasan Pemilihan Lokasi Usaha

Pusat perbelanjaan Hypermart Bencoleen Indah Mall didirikan dipusat Kota Bengkulu yang berada dilokasi Jalan Putri Gading Cempaka No. 4A Kelurahan Penurunan Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu. Adapun alasan dipilihnya lokasi ini adalah sebagai berikut :

1. Banyak sumber daya manusia yang berkualitas dan mempunyai ketrampilan dan kemampuan dalam memasarkan produk
2. Berada dekat dengan jalan raya pusat kota dan berada didekat tempat wisata pantai panjang sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat umum

⁴⁷ Ibu Lilis TL (*Team Leader*) Personalialia ,Wawancara pada 08 Juli 2019

3. Terdapat patner usaha lainnya di Bengkulu Indah Mall sehingga produksi dan proses pemasaran dapat berjalan dengan baik.
4. Dapat memberikan lapangan kerja bagi masyarakat sehingga dapat membantu progam pemerintah dalam usaha mengurangi pengangguran⁴⁸

D. Visi dan Misi Hypermart Bencoleen Indah Mall

Visi Hypermart Bencoleen Indah Mall adalah menjadi pilihan utama customer dibidang retail

Misi Hypermart Bencoleen Indah Mall adalah memberikan *value*, barang-barang dan *service* untuk meningkatkan kualitas customer.⁴⁹

E. Struktur Organisasi dan Fungsi Struktur organisasi di Hypermart Bencoleen Indah Mall

Struktur organisasi Hypermart terdiri dari *Store General Manager* sebagai pimpinan dan kepala cabang di Hypermart. Diikuti oleh *Divisi Manager* sebagai pimpinan per *divisi*. Di Hypermart ada tiga *divisi* yakni *Divisi Fresh*, *Divisi Groceries* dan *Divisi Elbaso*. Masing-masing *divisi* membawahi beberapa department dan department tersebut dipimpin oleh *Dept. Manager*, *Dept. Manager* di bantu oleh *Team Leader (TL)* dan *Staff*.

Keterangan:

1. *Store General Manager*.

⁴⁸ Ibu Lilis TL (*Team Leader*) Personalia ,*Wawancara* pada 08 Juli 2019

⁴⁹ Ibu Lilis TL (*Team Leader*) Personalia ,*Wawancara* pada 08 Juli 2019

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Mengkoordinir dan memotivasi seluruh bawahan.
- b. Membina dan melatih karyawan agar karir karyawan berkembang.
- c. Memberikan laporan-laporan kepada regional manager.
- d. Menjalankan seluruh peraturan dan kebijakan perusahaan.

2. *Divisi Manager*

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Membantu *Store General Manager* dalam melaksanakan tugasnya.
- b. Mengkoordinir para *Team Leader* dalam melaksanakan tugasnya.
- c. Mengontrol pelaksanaan sistem, prosedur, dan peraturan dalam melaksanakan tugasnya.

Di bagian *divisi manager* ini terdapat 3 *divisi manager* yaitu : *Divisi Manager Elbaso* bagian alat elektronik, bazar, dan offline. *Divisi Manager Grocery* bagian makanan, minuman dan produk kesehatan. *Divisi Manager Fresh* bagian buah- buahan, makanan siap saji, daging dan ikan..

3. *Team Leader*

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Bertanggung jawab atas suksesnya operasi departemen yang dibawahinya

- b. Melakukan pengawasan atas kegiatan para staff yang dibawahinya

4. *Staff*

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Sebagai perantara antara *Team Leader* dengan karyawan
- b. Memotivasi para karyawan di bawahnya dalam operasi departemen masing-masing
- c. Bekerja dengan sungguh-sungguh demi kemajuan perusahaan⁵⁰

F. Sumber Daya Manusia

a. Jumlah Tenaga Kerja

Tenaga kerja di Hypermart Bencoleen Indah Mall sampai saat ini memiliki 70 karyawan sedangkan SPG dan SPM nya berjumlah 85 orang karyawan. Secara keseluruhan karyawan Hypermart Bencoleen Indah Mall diberikan gaji bulanan yang sesuai dengan UMP (Upah Minimum Provinsi) yaitu sebesar Rp. 2.040.406, 00 dan untuk bagian *Team Leader, Departmen Manager, Divisi Manager, Store General Manager* mengikuti *grade* atau levelnya masing-masing dan juga tergantung dari penilaian akhir.

b. Fasilitas dan Tunjangan

⁵⁰ Ibu Lilis TL (*Team Leader*) Personalia ,*Wawancara* pada 08 Juli 2019

Karyawan Banyak Fasilitas dan tunjangan di luar gaji pokok yang diberikan kepada karyawan yang telah diatur di dalam buku peraturan perusahaan yang telah disesuaikan dengan Undang-Undang tentang Ketenagakerjaan yang berlaku di Indonesia. Beberapa contoh fasilitas yang diberikan Hypermart Bengkulu Indah Mall kepada karyawannya antara lain:

1. Jaminan kesehatan

Bagi karyawan yang mengalami gangguan kesehatan dapat menggunakan kartu anggota BPJS untuk pengobatan dan biaya ditanggung oleh perusahaan. Jika terjadi gangguan kesehatan pada saat bekerja karyawan bisa mengambil obat ke pusat informasi yang sudah di sediakan oleh perusahaan.

2. Jaminan Ketenagakerjaan

Semua karyawan yang bekerja di Hypermart Bencoleen Indah Mall akan didaftarkan dalam BPJS ketenagakerjaan yang dikhususkan untuk pelayanan bagi tenaga kerja atau karyawan dalam bentuk jaminan asuransi untuk hari tua. Dan juga digunakan apabila mengalami kecelakaan ditempat kerja.

3. Tunjangan Hari Raya

Tunjangan Hari Raya adalah hak pendapatan untuk karyawan Hypermart Bencoleen Indah Mall yang wajib dibayarkan oleh Perusahaan kepada karyawan menjelang Hari Raya Keagamaan yang berupa uang atau Voucher Hypermart.

Dengan sejumlah tunjangan ini diharapkan dapat meningkatkan motivasi dan prestasi karyawan dalam bekerja di Hypermart Bencoleen Indah Mall.⁵¹

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kepastian Harga Pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan baik dengan cara wawancara langsung kepada pihak karyawan Hypermart Bencoleen Indah Mall ataupun dengan cara observasi yang penulis lakukan untuk mengetahui kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall dalam Perspektif Ekonomi Islam dengan uraian sebagai berikut:

1. Dari mana sajakah produk yang anda jual ?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yudi mengungkapkan bahwa:

Produk yang dijual disini berasal dari dua sumber yaitu dari DC (*Distribution Center*) dan dari Supplier Lokal. Contoh barang dari DC lumayan banyak ya seperti yang ada didalam area bazar furniture yaitu seperti lemari, kursi dan masih banyak lagi yang lainnya, dan di area elektronik barangnya seperti dari produk sharp, politron, cosmos dan juga masih banyak lagi yang lainnya, dan di area sofine seperti baju, sandal,

⁵¹ Ibu Lilis TL (*Team Leader*) Personalia , *Wawancara* pada 08 Juli 2019

sepatu dan masih banyak lagi yang lainnya, dan di area groceries seperti bumbu-bumbu dapur, sagu, minyak, beras dan masih banyak lagi yang lainnya. Dan contoh barang-barang dari Supplier Lokal seperti daging, yakult, walls, barang konsinyasi seperti kripik-kripik olahan dari ubi, manisan, asri sirup kalamansi dan masih banyak lagi yang lainnya.⁵²

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa produk-produk yang ada didalam hypermart bersumber dari 2 tempat yaitu dari DC (*Distribution Center*) dan dari Supplier Lokal.

2. Bagaimana aplikasi jual beli disini ?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yudi mengungkapkan
50

bahwa:

Aplikasi jual beli disini menggunakan Alpapost sistem. Jadi kami melakukan pengorderan ke HO (*Head Office*), yang selanjutnya diproses dari MD (*merchant diser*) kemudian dikirimkan barangnya dari DC (*Distribution Center*). Dan kalau dari Suplier Lokal kami order langsung dari produsen.⁵³

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa aplikasi jual beli di Hypermart menggunakan *Alpapost system* yang mereka kirimkan datanya langsung ke HO.

3. Bagaimana pihak EDP dalam menentukan harga produk yang dijual ?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yudi mengungkapkan

bahwa:

Pihak EDP (*Electronic Data Processing*) bukan yang menentukan harga jual, yang menentukan harga jual disini adalah pihak MD (*Merchant Diser*) dari HO (*Head Office*)

⁵² Bapak Yudi EDP (*Electronic Data Processing*), Wawancara pada 04 Juli 2019

⁵³ Bapak Yudi EDP (*Electronic Data Processing*), Wawancara pada 04 Juli 2019

kantornya berada di Tangerang. Pihak EDP hanya mengupload data dari alpapost sistem yang dikirim dari HO, selanjutnya kami print data tersebut dan langsung kami berikan list update harga kepada pihak department masing-masing.⁵⁴

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa yang menentukan harga jual suatu produk adalah bukan dari pihak EDP melainkan dari pihak MD (*Merchant Diser*) dari HO (*Head Office*) yang kantornya berada di Tangerang. Pihak EDP hanya mendapatkan kiriman update harga dari HO.

4. Menurut pihak EDP, seberapa penting label harga produk ?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yudi mengungkapkan bahwa:

“Sangat penting supaya customer mengetahui dengan jelas harga barang suatu produk. Jikalau tidak ada label harga pasti akan menimbulkan pertanyaan dari customer tentang harga barang tersebut.”⁵⁵

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa label harga sangat penting karena untuk mempermudah customer mengetahui harga barang suatu produk.

5. Apabila harga pokok naik, apakah produk tersebut dijual dengan harga yang sama ?

⁵⁴ Bapak Yudi EDP (*Electronic Data Processing*), Wawancara pada 04 Juli 2019

⁵⁵ Bapak Yudi EDP (*Electronic Data Processing*), Wawancara pada 04 Juli 2019

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yudi mengungkapkan

bahwa:

Apabila harga pokok naik ya kita jual mengikuti harga sistem, karena kita disini tergantung sistem yang dikirim dari HO (*Head Office*). Memang ada sebagian produk yang kami jual mengikuti harga dari pemerintah seperti yang terjadi pada saat ini karena memang ada program dari Bapak Presiden kita mengenai harga bahan pokok makanan seperti gula, telur, minyak, dan daging yang tidak boleh menjual dengan harga yang melebihi batas dari aturan terkait dengan harga pokok tersebut.⁵⁶

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa harga jual suatu produk tergantung dari sistem yang dikirim dari HO, dan ada juga yang mengikuti program dari pemerintah yang diselenggarakan oleh bapak presiden mengenai harga bahan pokok makanan.

6. Bagaimana bisa terjadi ketidaksesuaian harga antara dilabel *price* dengan dimeja kasir ?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yudi mengungkapkan

bahwa:

Iya betul sekali, itu biasanya terjadi karena adanya gangguan jaringan sehingga belum terjadi pengupdatean harga dan bisa juga kesalahan dari staf masing-masing department karena belum mencopot label harga yang lama dan menggantinya dengan label harga yang baru, dan bisa juga terjadi karena kesalahan dari pihak customer yang kurang teliti dalam melihat informasi harga pada label *price*.⁵⁷

⁵⁶ Bapak Yudi EDP (*Electronic Data Processing*), Wawancara pada 04 Juli 2019

⁵⁷ Bapak Yudi EDP (*Electronic Data Processing*), Wawancara pada 04 Juli 2019

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa ada tiga kemungkinan kenapa bisa terjadi selisih harga yang pertama karena adanya gangguan jaringan sehingga belum terjadi pengupdaten harga, yang kedua karena staf dari masing-masing department belum sempat mengganti label harga yang baru dan yang ketiga bisa jadi dari costumer yang kurang teliti dalam melihat informasi dari label *price*.

7. Apa saja faktor yang menjadi penyebab selisih harga ?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yudi mengungkapkan bahwa:

Faktor penyebab selisih harga diantaranya *human error*, *system error* dan kurangnya ketelitian dari customer. Maksudnya disini kesalahan dari staf karena belum sempat mencopot label harga yang lama dan menggantinya dengan label harga yang baru, dan bisa juga terjadi karena sistem kami mengalami gangguan jaringan sehingga belum terjadi pengupdatean harga, dan bisa juga terjadi karena kurangnya ketelitian dari pihak customer dalam melihat label *price*.⁵⁸

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa penyebab selisih harga ada tiga yaitu dari *human error*, *system error*, dan kurangnya ketelitian dari pihak customer. Maksudnya pertama karena adanya gangguan jaringan sehingga belum terjadi pengupdaten harga, yang kedua karena staf dari masing-masing department belum sempat mengganti label harga yang baru dan yang ketiga bisa jadi dari costumer yang kurang teliti dalam melihat informasi dari label *price*.

⁵⁸ Bapak Yudi EDP (*Electronic Data Processing*), Wawancara pada 04 Juli 2019

8. Siapa yang bertugas dalam pergantian label harga produk ?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yudi mengungkapkan bahwa:

Kalau dalam pergantian label *price* itu dari department masing-masing, biasanya EDP (*Electronic Data Processing*) memberikan list harga baru kepada department manager atau team leader setelah itu mereka memberikan listnya kepada staf (SPG/SPM) dan selanjutnya pihak SPG/SPM mencetak dari mesin label kemudian menggantikannya atau memasang label harga yang baru tersebut tepat didepan produknya masing-masing.⁵⁹

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa yang bertugas didalam pergantian label harga yaitu staff (SPG/SPM) dari department masing-masing.

Selain melakukan wawancara dengan pihak EDP (*Electronic Data Processing*), peneliti juga melakukan wawancara kepada pihak kasir mengenai kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall, yaitu:

1. Menurut pihak kasir, seberapa penting label harga produk ?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Helvin mengungkapkan bahwa:

“Sangat penting sekali, supaya customer mengetahui dengan jelas harga produk yang dijual tersebut. Soalnya kalau tidak ada pasti

⁵⁹ Bapak Yudi EDP (*Electronic Data Processing*), Wawancara pada 04 Juli 2019

akan menimbulkan pertanyaan dari customer tentang harga jual suatu produk.”⁶⁰

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa label harga sangat penting dalam penentuan jual beli agar tidak ada yang dirugikan dalam hal ini sehingga customer mengetahui dengan jelas harga jual suatu produk.

2. Apakah ada pihak kasir yang mendapatkan komplain dari customer karena ketidaksesuaian harga antara label dengan sistem kasir ?

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Helvin mengungkapkan bahwa:

Ada, bahkan lumayan sering biasanya terjadi perubahan harga dimana pihak dari department masing-masing belum mencopot label harga yang lama dan menggantinya dengan label harga yang baru sehingga menimbulkan selisih harga antara label *price* dengan sistem dimeja kasir dari masalah inilah customer komplain kepada kami.⁶¹

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa pihak kasir merupakan pihak yang sering mendapat komplain dari customer karena sering terjadinya ketidaksesuaian harga antara label *price* dengan sistem dimeja kasir.

⁶⁰ Bapak Helvin Kasir, *Wawancara* pada 06 Juli 2019

⁶¹ Bapak Helvin Kasir, *Wawancara* pada 06 Juli 2019

3. Tindakan apa yang dilakukan pihak kasir ketika ada customer yang melakukan komplain antara label dengan sistem dimeja kasir ?

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Helvin mengungkapkan bahwa:

Yang pertama kami meminta maaf dan juga mendengarkan keluhan dari customer selanjutnya memberikan solusi ketika ada customer yang sampai marah-marah dan kita tidak bisa menyelesaikannya langkah kami yaitu memanggil *manager on duty* maksudnya disini manager yang bertugas dan bertanggung jawab pada saat itu.⁶²

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa ketika ada customer komplain pihak kasir meminta maaf kepada customer dan jikalau kasir tersebut merasa tidak bisa menyelesaikan masalah itu, pihak kasir segera meminta tolong kepada menager yang bertugas dan bertanggung jawab pada saat itu.

4. Siapakah yang bertugas untuk menempelkan label harga pada produk yang dijual ?

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Helvin mengungkapkan bahwa:

“Yang bertugas dalam menempelkan label harga adalah staf dari department masing-masing. Contohnya seperti departmen elektronik ya yang mengganti SPM/SPG elektronik, dan begitu juga yang lainnya.”⁶³

⁶² Bapak Helvin Kasir, *Wawancara* pada 06 Juli 2019

⁶³ Bapak Helvin Kasir, *Wawancara* pada 06 Juli 2019

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa dalam pergantian harga yang bertugas untuk menempelkan label harga baru adalah staf SPG/SPM dari department masing-masing.

5. Apabila ada keluhan customer tentang selisih harga, harga manakah yang dipakai ?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Helvin mengungkapkan bahwa:

Yang dipakai tetap harga yang ada di sistem kasir, karena kita memang menurut sistem. ketika ada selisih harga entah itu lebih tinggi atau lebih rendah kita tetap ikut harga yang ada sistem kami. Memang terkadang ada juga pengecualian ketika customer tidak mau tau atau marah-marah karna ingin mendapat harga disc, kami pihak kasir menyerahkan masalah ini kepada *manager on duty* artinya manager yang bertugas pada saat itu dan *manager on duty* biasanya memberikan disc manual yang nominal harga barangnya sesuai dengan harga label tetapi dengan persetujuan bersama.⁶⁴

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa ketika ada selisih harga yang dipakai harga yang tertera di sistem kasir, dan ada juga pengecualian ketika pihak customer sangat menginginkan harga disc maka pihak *manager on duty* memberikan disc manual.

6. Apabila ada customer yang membeli produk dimana terdapat selisih harga namun baru menyadari hal tersebut saat sudah berada diluar toko, apakah konsumen tersebut berhak untuk komplain ?

⁶⁴ Bapak Helvin Kasir, *Wawancara* pada 06 Juli 2019

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Helvin mengungkapkan bahwa:

Ya, customer boleh saja komplain, tetapi kita tanya dulu permasalahannya apa. Ketika memang kami yang salah kami akan meminta maaf dan bertanggung jawab atas kesalahan kami tersebut tetapi kalau seandainya customer yang salah kami mencoba untuk menjelaskan dan menyelesaikannya secara baik-baik.⁶⁵

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa customer dibolehkan komplain tetapi juga pihak perusahaan harus tau kesalahannya dimana, ketika memang salah di perusahaan maka pihak perusahaan akan meminta maaf dan bertanggung jawab atas kesalahan tersebut.

7. Apakah pihak hypermart menyediakan media keluhan bagi customer untuk memberikan saran terhadap ketidaksesuain harga ?

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Helvin mengungkapkan bahwa:

“Iya ada, kami ada 3 kotak saran customer bisa menulis dan memberikan saran atau keluhan untuk hypermart dan tentunya itu demi kemajuan hypermart juga. Kotak saran kami ada di bagian informasi satu dibagian groceries satu dibagian elbaso satu.”⁶⁶

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa hypermart menyediakan media keluhan untuk customer dengan menyediakan tiga kotak saran supaya customer bisa memberikan atau menyampaikan keluhannya.

⁶⁵ Bapak Helvin Kasir, *Wawancara* pada 06 Juli 2019

⁶⁶ Bapak Helvin Kasir, *Wawancara* pada 06 Juli 2019

Selain melakukan wawancara dengan pihak EDP (*Electronic Data Processing*) dan Kasir hypermart, peneliti juga melakukan wawancara kepada pihak Karyawan (SPG/SPM) mengenai kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall, yaitu:

1. Menurut pihak Karyawan (SPG/SPM) seberapa penting label harga produk ?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Juni mengungkapkan bahwa:

Label harga sangatlah penting karena untuk memberitahukan kepada customer tentang harga suatu produk. Dan dengan adanya label harga customer tidak akan kebingungan menanyakan harga produk tersebut kepada karyawan yang kadang ada kadang juga tidak berada di area.⁶⁷

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa label harga sangat penting bagi kelangsungan jual beli produk di hypermart karena berfungsi untuk mempermudah customer mengetahui harga suatu produk.

2. Bagaimana bisa terjadi ketidaksesuaian harga antara label harga dengan dimeja kasir ?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Juni mengungkapkan bahwa:

Iya, biasanya memang terdapat komplain tentang harga itu karena beberapa hal, yang pertama kemungkinan bisa terjadi dari kami karena kami belum sempat mencopot label harga

⁶⁷ Ibu Juni SPG *sofline*, Wawancara pada 08 Juli 2019

yang lama dan menggantinya dengan label harga yang baru, yang kedua bisa terjadi karena adanya gangguan jaringan dari pihak EDP sehingga pihak EDP belum memberikan harga terupdate untuk kami, yang ketiga biasanya terjadi kesalahan dari customer karena kurangnya ketelitian dalam melihat label harga yang ada di area barang tersebut. Kan terkadang ada label yang salah penempatan sebagai contoh yang harusnya label harga A didepan produk A tetapi berpindah tempat karena ada customer mengambil barang B dikarenakan tempatnya berdekatan lalu tergeser barang A tersebut sehingga menimbulkan kesalahan dalam penempatan label harga dan customer tidak mengecek kembali informasi dari label harga tersebut.⁶⁸

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa kenapa bisa terjadi ketidaksesuain harga di karenakan ada tiga hal yang pertama kesalahan dari karyawan SPG/SPM yang kedua adanya gangguan jaringan dari pihak EDP dan yang ketiga terdapat kesalahan dari pihak customer karena kurangnya ketelitian dalam melihat informasi yang terdapat dalam label harga suatu produk.

3. Apa saja faktor yang menjadi penyebab selisih harga ?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Juni mengungkapkan bahwa:

Penyebab terjadinya selisih harga biasanya dikarenakan kesalahan dari pihak karyawan yang belum sempat mengganti label harga yang baru dan promo belum sempat dicabut dan bisa terjadi karena adanya gangguan jaringan sehingga harga baru belum terupdate dari sistem dan bisa juga terjadi karena kesalahan dari pihak customer yang kurang teliti dalam melihat informasi label harga produk.⁶⁹

⁶⁸ Ibu Juni SPG *sofline*, Wawancara pada 08 Juli 2019

⁶⁹ Ibu Juni SPG *sofline*, Wawancara pada 08 Juli 2019

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa penyebab terjadinya selisih harga karena kesalahan dari pihak karyawan, adanya gangguan jaringan dan kesalahan dari pihak customer.

4. Apabila ada ganti rugi, berapa jumlah ganti rugi yang akan diberikan oleh pihak Karyawan (SPG/SPM)?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Juni mengungkapkan bahwa:

“Harga disini menurut sistem, ketika ada kesalahan harga kami meminta maaf kepada customer dan kami memberikan kebebasan kepada customer untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi tersebut, dalam hal ini tidak ada ganti rugi yang kami berikan.”⁷⁰

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa tidak ada ganti rugi dalam transaksi karena pihak hypermart memberikan kebebasan terhadap customer untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi berbelanja.

5. Apa saja upaya yang dilakukan Karyawan (SPG/SPM) ketika ada customer yang melakukan komplain terhadap label harga ?

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Wawan mengungkapkan bahwa:

⁷⁰ Ibu Juni SPG *sofline*, Wawancara pada 08 Juli 2019

“Yang pasti kami meminta maaf kemudian menanyakan apa keluhanya selanjutnya mendengarkan keluhan customer dan terakhir memberikan solusi.”⁷¹

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan ketika ada customer komplain ada empat yaitu pertama meminta maaf kedua menanyakan apa keluhanya yang ketiga mendengarkan keluhan customer dan yang keempat memberikan solusi.

6. Apakah ketika ada perubahan harga produk yang dijual, pihak Karyawan (SPG/SPM) langsung diberitahukan untuk menggantikan harga yang lama pada label harga yang baru ?

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Wawan mengungkapkan bahwa :

Iya kami langsung diberitahukan informasinya yaitu berupa list update harga disetiap pagi hari dari atasan kami terkadang juga langsung diberikan dari pihak EDP dan kami segera mencetak label harga baru dan kemudian mencopot label harga lama dan menggantikannya dengan label harga yang baru.⁷²

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa pihak SPG/SPM diberitahukan ketika ada perubahan harga, dan mereka langsung mengganti label harga lama dengan label harga yang baru.

7. Apakah pihak Karyawan (SPG/SPM) langsung menggantikan label harga tersebut ?

⁷¹ Bapak Wawan SPM *produce*, Wawancara pada 08 Juli 2019

⁷² Bapak Wawan SPM *produce*, Wawancara pada 08 Juli 2019

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Wawan mengungkapkan bahwa :

“Iya. Ketika ada perubahan harga kami langsung mencetak dan menggantinya dari label harga yang lama dengan label harga yang baru.”⁷³

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa pihak karyawan (SPG/SPM) langsung mengganti label harga yang baru.

8. Apakah pihak hypermart menyediakan media keluhan bagi customer untuk memberikan saran terhadap ketidaksesuaian harga ?

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Wawan mengungkapkan bahwa bahwa:

“Iya. Kami mempunyai tiga kotak saran. Yang pertama berada di pusat informasi yang kedua dibagian *groceries* dan yang ketiga berada dibagian *elbaso*.”⁷⁴

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa terdapat tiga kotak saran untuk memudahkan customer memberikan saran yang pertama berada di pusat informasi yang kedua dibagian *groceries* dan yang ketiga berada dibagian *elbaso*.

Berdasarkan hasil wawancara penulis terhadap informan diatas, maka kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah

⁷³ Bapak Wawan SPM *produce*, Wawancara pada 08 Juli 2019

⁷⁴ Bapak Wawan SPM *produce*, Wawancara pada 08 Juli 2019

Mall mengenai ketidaksesuaian harga adalah: Pertama dikarenakan *system error* atau adanya gangguan sistem sehingga terjadi penundaan *updating price* atau pembaruan harga. Kedua karena *human error* atau kesalahan dari pihak karyawan karena belum mencopot label promo atau label harga yang lama dan menggantinya dengan label harga yang baru. Ketiga terjadi karena kesalahan dari pihak customer yang kurang teliti dalam melihat informasi dari label harga suatu produk.

B. Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Kepastian Harga Pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall

Dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa ada beberapa konsep kepastian harga dalam hal ini yaitu transparansi harga dalam Islam yang dilanggar oleh pihak Hypermart Bencoleen Indah Mall.

Adapun konsep pertama adalah *Siddiq* (benar). Konsep *siddiq* yang diterapkan di Hypermart Bencoleen Indah Mall sama sekali belum sesuai dengan konsep *siddiq*, karena dalam label harga masih banyak harga yang tidaksesuai dengan harga yang dibayarkan di meja kasir.

Seharusnya dalam Islam segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, tetapi memiliki tujuan. Tujuan diciptakannya manusia adalah untuk beribadah kepada-Nya. Karena itu segala aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam dan sumber daya manusia (muamalah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah. Karena kepada-Nya

manusia akan mempertanggung jawabkan segala perbuatan termasuk kepastian harga dalam jual beli.

Konsep kedua *Amanah* (dapat dipercaya). Konsep amanah yang diterapkan di Hypermart Bencoleen Indah Mall sama sekali belum sesuai dengan konsep dapat dipercaya yang semestinya, karena dalam label harga masih banyak harga yang tidaksesuai dengan harga yang dibayarkan di meja kasir, sehingga membuat para customer merasa kecewa dan dirugikan dalam transaksi pembelian.

Seharusnya dalam aktifitas jual beli, penjual harus dapat dipercaya, karena kepercayaan customer sangat penting dalam aktifitas jual beli, dan penjual yang dpat dipercaya akan lebih dekat kepada ketakwaan.

Konsep ketiga *fathanah* (cerdas). Konsep fathanah yang diterapkan di Hypermart Bencoleen Indah Mall sama sekali belum sesuai dengan konsep cerdas yang semestinya, karena masih banyak karyawan yang belum mengganti label harga produk yang lama dengan menggantikannya dengan label harga produk yang baru sehingga terjadi ketidaksesuaian harga antara label harga dengan harga yang akan dibayarkan di meja kasir.

Seharusnya konsep kecerdasan disini karyawan harus sigap dan harus mempunyai perhatian khusus dalam pergantian label, dan harus bertanggung jawab dengan pekerjaannya sehingga tidak menimbulkan permasalahan dalam aktifitas jual beli.

Konsep ke empat *tabligh* (komunikasi). Konsep *tabligh* yang diterapkan di Hypermart Bencoleen Indah Mall sama sekali belum sesuai dengan konsep berkomunikasi yang semestinya, karena komunikasi atau koordinasi sangat penting dalam bekerja di dalam tim. Dalam hal ini masing banyak karyawan yang belum melakukan pekerjaannya dengan baik terkait dengan pergantian label harga.

Seharusnya konsep ini mengajarkan untuk saling menghargai dan menghormati satu sama lain, bekerja dalam tim harus mempunyai komunikasi yang baik antar sesama agar tidak menimbulkan masalah dalam kegiatan pekerjaan tersebut.

Selain hal di atas dalam kepastian harga hendaknya setiap pengusaha muslim harus memperhatikan syarat dan rukun jual beli dalam syariah Islam. agar dalam transaksi tersebut tidak mendatangkan kemudharatan atau keburukan.

Jadi dalam hal kepastian harga masyarakat muslim diberi batasan-batasan dalam melakukan jual beli, tidak hanya mementingkan kepuasannya sendiri namun juga harus memperhatikan kepuasan orang lain agar jual beli yang dilakukan mendapat manfaat yang besar. Islam sangat memperhatikan unsur-unsur keseimbangan diantara manusia, antara penjual dan pembeli dan mendorong manusia melakukan jual beli yang baik serta melarang adanya kecurangan-kecurangan dalam hal jual beli.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian di atas tentang Kepastian Harga pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall. Dari situ penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepastian Harga pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall yaitu:

Dalam kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall, ditemukan adanya persoalan mengenai label harga yang tidak sesuai dengan harga yang akan di bayarkan di kasir, hal ini disebabkan oleh: gangguan jaringan, kelalaian dari pihak karyawan karena belum mengganti label harga lama dan mengganti dengan label harga yang baru, terjadi karena kesalahan dari pihak customer yang kurang teliti dalam melihat informasi dari label harga produk.

2. Perspektif ekonomi Islam terhadap kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall Kota Bengkulu yaitu:

Belum sesuai dengan konsep transparansi harga, Konsep transparansi dalam ajaran Islam memiliki relevansi dengan sifat *profetik* nabi Muhammad Saw yaitu Siddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh. Karena belum sesuai dengan konsep tersebut sehingga jual beli yang mereka lakukan terlarang karna masih banyak pihak penjual yang menzalimi pihak pembeli.

B. Saran

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi berbagai pihak sebagai masukan yang bermanfaat demi kemajuan dimasa yang akan datang, pihak-pihak tersebut antara lain.

1. Untuk Hypermart Bencoleen Indah Mall, sebaiknya dalam menjalankan tugas penggantian label harga harus sesuai dengan yang dikehendaki agar usaha yang dijalankannya itu dapat bermanfaat bagi penjual maupun pembeli dan akan berpengaruh dengan kepercayaan konsumen atau memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Dan pelaku penjual dan pembeli harus mengetahui tentang jual beli yang dapat memberikan keberkahan dan manfaat atau tidak melanggar hukum yang ada.
2. Bagi kedua belah pihak yang melakukan aktivitas jual beli baik penjual maupun pembeli hendaknya lebih teliti dalam harga barang yang dibeli dan memilih barang yang digunakan sebagai obyek jual beli. Hal ini penting guna tercapainya kerelaan sehingga diharapkan tercapainya jual beli yang berkah.
3. Untuk seluruh konsumen Hypermart Bencoleen Indah Mall hendaknya lebih teliti dan lebih berhati-hati dalam harga barang ketika melakukan transaksi pembelian apakah sudah sesuai atau tidak.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'I, 2002. *Prophetic Values of Business and Management*, dalam harian Republika: Juni.
- As-Dimasqi, Muhammad bin Abdurrahman Syaikh al Allamah, 2014. *Fiqh Empat Madzhab*, Bandung: Hasyimi Press.
- Ash-Shiddieqi, Muhammad Hasbi, 2000. *Fiqh Kontenporer*, Semarang: Pusataka Rizki Putra.
- Az-Zabidi, Imam, 2013. *Ringkasan Shahih Bukhari*, Jakarta: Mizan.
- Batu, Pantas Lumbantu, 2014. *Pasar Derivative*, Jakarta: IKAPI.
- Departemen Agama Republik Indonesia, 2010. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Syaamil Quran.
- Departemen Agama RI, Al-quran dan terjemahannya, 2007. Jakarta: Sygma.
- Djakfar, Muhammad, 2008. *Etika Bisnis Islami tataran teoritis dan praksis*, Malang: UIN Maliki Press.
- Giana Hadi W dan Immanuel Arifin, 2007. *Membuka Cakrawala Ekonomi*, Bandung: Purna Inves.
- Gitosudarmo Indriyo, 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: IKAPI.
- Gusway, Christian F, 2014. *How To Operate Your Store Effectively Yet Efficiently*, Jakarta: Elax Media Komputindo.
- Hakim, Lukman, 2012. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Surakarta: Erlangga.
- Hasan, Sofyan, 2014. *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif Regulasi dan Implementasi di Indonesia*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Hendi, Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- <http://fairetail29.blogspot.com/2017/04/profil-hypermart.html>. pada hari Senin, tanggal 24 Juni 2019, pukul 15:30 WIB
- https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/57842/File_13-BAB-III.pdf. Pada hari Senin, tanggal 24 Juni 2019, pukul 12:45 WIB
- Imam as-Shan'ani, *Subulus Salam*, Hidayah: Surabaya.

- Ismail, 2011. *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana.
- Karim Adiwarmanto A, 2011. *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Ketiga*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kevin Lane Keller dan Phillip Kotler, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Ningrum, Ariani Kusuma, 2015, *Pengetahuan Label Kemasan Pangan*, Malang: Gunung Samudera,
- Nurbowo dan Anton Apriyantono, 2003. *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*, Jakarta: Khairul Bayan.
- P Krina Lalolo, Laolina, 2003. *Indikator dan Alat Ukur Prinsip Akuntabilitas, Transparansi dan Partisipasi*, Jakarta: Public Governance.
- Qardhawi Yusuf, 1999. *Norma dan Etika Bisnis Islam, Alih Bahasa Zainal Arifin*, Jakarta: Gema Insani.
- Rosihon Anwar. *Fiqh Muamalah II*. Pustaka Setia: Bandung . hal: 34¹
- Sabiq, Sayyid, 2014. *Fikih Sunnah*, Jakarta: 2014).
- Said Bahreisy dan Salim Bahreisy, 2004. *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsir Jilid Surabaya*: Bina Ilmu.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto Danang, 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang No. 14 Tahun 2008. *tentang Keterbukaan Publik*.
- Zainal, Veithzal Rivai, 2017. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zulaicha Santri, 2016. “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam”, *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, Vol. 4, No.2.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

L
A
M
P
I
R
A
N

BLANGKO JUDUL



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

I. IDENTITAS MAHASISWA

NAMA : SITI FATMAH
NIM : 1516610038
PRODI : Ekonomi Syariah
SEMESTER : VII

JUDUL YANG DIAJUKAN

1. Perubahan harga pada hypermart bencolen Indah mall dalam perspektif ekonomi Islam.
2. Pengaruh semangat kerja terhadap produktivitas kerja karyawan muslim supermarket hypermart bencolen Indah mall.
- 3.

II. PROSES KONSULTASI

- a. Konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan Fakultas

Catatan No. 2 → sudah ada yg membahas

Pengelola Perpustakaan

[Signature]
27/10/18

- b. Konsultasi dengan Pembimbing Akademik

Catatan Fokus pada harga Display yg + & sama dgn kompromisasi sehingga sering complain.

Pembimbing Akademik

[Signature]
Efa Sri Wahyuni, M.P.

- c. Konsultasi dengan Kaprodi

Catatan Rumusan masalah dan ps Praktek Pj/a

Kaprodi

[Signature]
Efa Sri Wahyuni, M.P.

III. JUDUL YANG DIUSULKAN

Setelah konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan, Pembimbing Akademik dan Kaprodi, judul yang diusulkan adalah perubahan harga pada hypermart bencolen Indah mall dalam perspektif ekonomi Islam.

Bengkulu, 31 Oktober 2018.

Mengetahui

A.n. Kajar EKIS

[Signature]
Mita

Mahasiswa

[Signature]
SITI FATMAH

L
A
M
P
I
R
A
N

BUKTI MENGHADIRI SEMINAR



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BENGKULU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu Tlp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

BUKTI MENGHADIRI SEMINAR PROPOSAL

Nama : SITI FATMAH
Nim : 1516610038
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

No	Hari/Tanggal	Nama Mahasiswa	Judul Proposal	Nama Penguji	Tanda Tangan Penguji
1.	Jumat 09 November 2018	EXSI WJAYA	Peran Bank Muamalat cabang Bengkulu dalam meningkatkan pertumbuhan sek- tor ritel tahun 2015-2017.	1. Drs. Khairudin, MA 2. Drs. Leman, MA.	1. 2.
2.	Senin 20 November 2018	HEEPAN	Analisis harga jual TBS kedondong & wijen hasil tan- gatan petani di wilayah pro- duksi seluas.	1. Drs. Firdaus, MA 2. Nida Sulistyanti, MA	1. 2.
3.	Selasa 20 November 2018	NIKE ANGGANI	Optimalisasi pemanfaatan modal dari output & limbah dalam penyediaan produk wisata mikro jasa wisata	1. Drs. Firdaus, MA 2. Nida Sulistyanti, MA	1. 2.
4.	Selasa 20 November 2018	BUDI SUTANA	Peran Mahasiswa Febi IAIOT Bengkulu dalam peng- embangan produk hasil bumi	1. Drs. Firdaus, MA 2. Yundi Dwi Egi	1. 2.
5.	Selasa 20 November 2018	NICI BARTES	Pengaruh pendidikan & kesadaran ekonomi ke- luarga Peran Wanita Muslim	1. Andang Sunardi, Ph.D 2. Aniswari, M.M.	1. 2.
6.	Selasa 00 November 2018	SITI AULI NADIAH.	Analisis pengaruh stress kerja & kepuasan kerja pegawai di p. Unswm	1. Andang Sunardi, Ph.D 2. Aniswari, M.M.	1. 2.
				1. 2.	1. 2.
				1. 2.	1. 2.

Mengetahui,
As. Kajar Ekonomi Islam

Eka Sri Wahyuni, MM.
NIP 197805092008013014.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu Tlp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Sabtu, 8 Des 2018
Nama Mahasiswa : Siti Fatmahan
NIM : 1516610038
Jurusan /Prodi : Ekonomi Syariah

JUDUL PROPOSAL	TANDATANGAN MAHASISWA	NAMA PENYEMINAR	TANDA TANGAN PENYEMINAR
Kepastian Harga pada hypermart Benecosteen Indah Mall.		1. Dr. Nurul Haki, MA.	
		2. Miti Yarmunida, MA.	

Mengetahui,
Dekan Fak. Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dr. ASNAINI, MA
NIP. 19730412 199803 2 003

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : Siti Fatmali
 JURUSAN/PRODI : Ekonomi Syariah

NO	PERMASALAHAN	SARAN PENYEMINAR
-	Judul	Kelas
-	Latar Belakang	Pola
-	Pernyataan	Pola

Bengkulu, 8 Des 2018
 Penyeminar

Dr. Nurul Hak, MA.
 NIP.

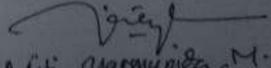
CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : Siti Fatmahan.

JURUSAN/PRODI : Ekonomi Syariah

NO	PERMASALAHAN	SARAN PENYEMINAR

Bengkulu, 8 Desember 2018.
Penyeminar, I/II


Miti Yaramunida, M.A.
NIP.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

HALAMAN PENGESAHAN SK PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi berjudul : " Kepastian Harga Pada Label Price Di Hypermart Bencoolen Indah Mall Dalam Perspektif Ekonomi Islam " yang disusun oleh :

Nama : SITI FATONAH

Nim : 1516610038

Prodi : EKONOMI ISLAM

Telah diseminarkan pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Sabtu

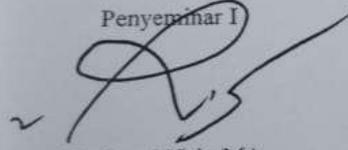
Tanggal: 08 Desember 2018

Dan telah diperbaiki sesuai saran-saran tim penyeminat oleh karenanya sudah dapat diusulkan kepada jurusan untuk ditunjuk Tim Pembimbing Skripsi.

Tim Penyeminat

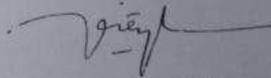
Bengkulu, 17 Mei 2019

Penyeminat I



Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 19660616 199503 1 002

Penyeminat II



Miti Yarmunida, M. Ag
NIP. 19770505 200710 2 002

Mengetahui :

Ketua Program Studi Ekonomi Islami IAIN Bengkulu



Eka Sri Wahyuni, MM
NIP 197705092008012014

L
A
M
P
I
R
A
N

SURAT PENUNJUKAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

SURAT PENUNJUKAN

Nomor : 0787/In.11/F.IV/PP.00.9/05/2019

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

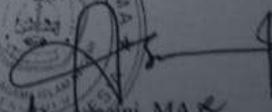
1. N A M A : Dr. Nurul Hak, MA
NIP. : 196606161995031002
Tugas : Pembimbing I

2. N A M A : Miti Yarmunida, M.Ag
NIP. : 197705052007102002
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

- N A M A : Siti Fatonah
NIM : 1516610038
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
Judul Skripsi : KEPASTIAN HARGA PADA LABEL *PRICE* DI HYPERMART BENCOLEEN INDAH MALL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Dijelaskan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 24 Mei 2019
Dekan,

Dr. Ashaini, MA
NIP. 197304121998032003

L
A
M
P
I
R
A
N

PEDOMAN WAWANCARA

PEDOMAN WAWANCARA

A. Identitas Peneliti

Nama : Siti Fatonah
NIM : 1516610038
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Kepastian Harga Pada Label *Price* Di Hypermart
Bencoleen Indah Mall Dalam Perspektif Ekonomi
Islam.

B. Daftar Wawancara

Wawancara kepada pihak EDP, Karyawan (SPG, SPM),
,dan Kasir Hypermart Bencoleen Indah Mall di Kota Bengkulu :

1. Pihak EDP

1. Dari mana sajakah produk yang anda jual ?
2. Bagaimana aplikasi jual beli disini?
3. Bagaimana pihak EDP dalam menentukan harga produk yang dijual ?
4. Menurut pihak EDP, seberapa penting label harga tersebut?
5. Apabila harga pokok naik, apakah produk tersebut dijual dengan harga yang sama?
6. Bagaimana bisa terjadi ketidaksesuaian harga antara dilabel price dengan di meja kasir?
7. Apa saja faktor yang menjadi penyebab selisih harga?
8. Siapa yang bertugas dalam pergantian label harga produk?

2. Pihak Kasir

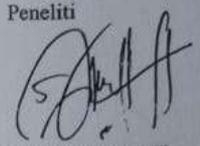
1. Menurut pihak kasir, seberapa penting label harga produk?

2. Apakah ada pihak kasir yang mendapatkan komplain dari customer karena ketidaksesuaian harga antara label dengan sistem kasir?
3. Tindakan apa yang dilakukan pihak kasir ketika ada customer yang melakukan komplain terkait dengan ketidaksesuaian harga antara label dengan sistem di meja kasir?
4. Siapakah yang bertugas untuk menempelkan label harga pada produk yang dijual?
5. Apabila ada keluhan customer tentang selisih harga, harga manakah yang pakai?
6. Apabila ada konsumen yang membeli produk dimana terdapat selisih harga namun baru menyadari hal tersebut saat sudah berada di luar toko, apakah konsumen tersebut berhak untuk komplain?
7. Apakah pihak hypermart menyediakan media keluhan bagi customer untuk memberikan saran terhadap ketidaksesuaian harga?

3. Pihak Karyawan (SPG, SPM)

1. Menurut pihak karyawan (SPG, SPM), seberapa penting label harga produk?
2. Bagaimana bisa terjadi ketidaksesuaian harga antara label harga dengan dimeja kasir?
3. Apa saja faktor yang menjadi penyebab selisih harga?
4. Apabila ada ganti rugi, berapa jumlah ganti rugi yang akan diberikan oleh Karyawan (SPG, SPM)?
5. Apa saja upaya yang dilakukan Karyawan (SPG, SPM) ketika ada customer yang melakukan komplain terhadap label harga?
6. Apakah ketika ada perubahan harga produk yang dijual, Karyawan (SPG, SPM) langsung diberitahukan untuk menggantikan harga yang lama pada label harga yang baru?
7. Apakah karyawan langsung menggantikan label harga tersebut?
8. Apakah pihak hypermart menyediakan media keluhan bagi customer untuk memberikan saran terhadap ketidaksesuaian harga?

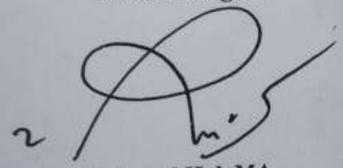
Bengkulu, 14 Juni 2019
Peneliti



SITI FATONAH
NIM: 1516610038

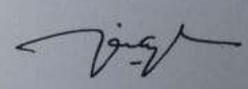
Mengetahui,

Pembimbing I



Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

Pembimbing II



Miti Yarmunida, M.Ag
NIP. 197705052007102002

L
A
M
P
I
R
A
N

HALAMAN PENGESAHAN IZIN PENELITIAN

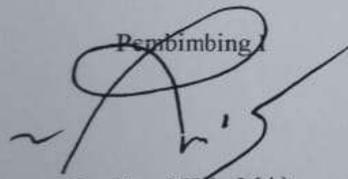
HALAMAN PENGESAHAN

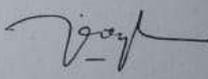
Proposal Skripsi berjudul : "Kepastian Harga Pada Label *Price* di
Hypermart Bencoolen Indah Mall dalam Perspektif Ekonomi Islam " yang
disusun oleh :

Nama : Siti Fatonah
Nim : 1516610038
Prodi : Ekonomi Syariah

Sudah diperbaiki sesuai dengan arahan tim pembimbing, selanjutnya
dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan Surat Izin Penelitian.

Bengkulu, 21 Juni 2018 M
17 Syawal 1440 H

Pembimbing I

(Dr. Nurul Hak, MA)
NIP.19660616 199503 1 002

Pembimbing II

(Miti Yarmunida, M.Ag)
NIP.19770505 200710 2 002

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah


(Eka Sri Wahyuni, MM)
NIP 197705092008012014

**L
A
M
P
I
R
A
N**

PERMOHONAN IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

Nomor : 1059/In.11/F.IV/PP.00.9/06/2019
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian.**

Bengkulu, 28 Juni 2019

Kepada Yth.
Kepala Badan Kesbangpol Kota
Bengkulu.

di -

Bengkulu

Assalamu'alaikumWr.Wb

Sehubungan dengan penyelesaian Studi Sarjana S.1 pada Program Studi
Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun
Akademik 2018/2019 atas nama :

Nama : Siti Fatonah

NIM : 1516610038

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi
data penulisan skripsi yang berjudul : KEPASTIAN HARGA PADA LABEL
PRICE DI HYPERMART BENCOLEEN INDAH MALL DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.

Tempat Penelitian : Hypermart Bencoleen Indah Mall.

Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Mengetahui
An. Dekan,
Wakil Dekan I

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

L
A
M
P
I
R
A
N

**REKOMENDASI IZIN PENELITIAN DARI
KESBANPOL PROVINSI BENGKULU**



PEMERINTAH KOTA BENGKULU
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jalan Melur No. 01 Nusa Indah Telp. (0736) 21801
BENGKULU

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 070/13 59/B.Kesbangpol/2019

- Dasar : Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian
- Memperhatikan : Surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Nomor : 1059/In.11/F.IV/PP.00 9/06/2019 tanggal 28 Juni 2019 perihal Izin Penelitian

DENGAN INI MENYATAKAN BAHWA

Nama : SITI FATONAH
NIM : 151610038
Pekerjaan : Mahasiswa
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Penelitian : Kepastian Harga Pada Label Price di Hypermart Bencoleen Indah Mali Dalam Perspektif Ekonomi Islam
Daerah Penelitian : Hypermart Bencoleen Indah Mall
Waktu Penelitian : 02 s.d 16 Juli 2019
Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

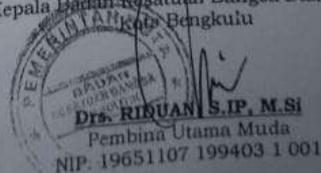
- Dengan Ketentuan :
1. Tidak dibenarkan mengadakan kegiatan yang tidak sesuai dengan penelitian yang dimaksud.
 2. Harus mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat setempat.
 3. Apabila masa berlaku Rekomendasi Penelitian ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan belum selesai maka yang bersangkutan harus mengajukan surat perpanjangan Rekomendasi Penelitian.
 4. Surat Rekomendasi Penelitian ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat ini tidak mentaati ketentuan seperti tersebut diatas.

Demikianlah Rekomendasi Penelitian ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Bengkulu
Pada tanggal : 2 Juli 2019

a.n. WALIKOTA BENGKULU

Kepala Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik
Kotabengkulu


Drs. RIBUAN S.IP, M.Si
Pembina Utama Muda
NIP. 19651107 199403 1 001

**L
A
M
P
I
R
A
N**

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lukman Hamli
Jabatan : Store General Manager Hypermart Bengkulu

Menerangkan bahwa:

Nama : Siti Fatonah
Nim : 151 661 0038
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam

Telah diizinkan untuk melakukan penelitian di Hypermart Bencoleen Mall Kota Bengkulu dalam rangka menyusun skripsi dengan judul "*Kepastian Harga Pada Label Price dihypermart Bencoleen Indah Mall dalam Perspektif Ekonomi Islam*" dimulai dari tanggal 02 Juli 2019 s/d 16 Juli 2019.

Demikianlah surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 03 Juli 2019



(LUKMAN HAMILI)
Store General Manager

**L
A
M
P
I
R
A
N**

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Berdasarkan surat izin penelitian dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik serta surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Bengkulu. Nomor: 1059/In.II/F.IV/PP.00.9/06/2019 tentang surat izin penelitian,

maka yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lukman Hamli
Jabatan : Store General Manager Hypermart Bengkulu

Menerangkan bahwa:

Nama : Siti Fatonah
Nim : 151 661 0038
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam

Telah melakukan penelitian pada tanggal 03 Juli 2019 s/d 08 Juli 2019 di Hypermart Bencoleen Mall Kota Bengkulu dengan judul "*Kepastian Harga Pada Label Price di Hypermart Bencoleen Indah Mall dalam Perspektif Ekonomi Islam*". Penelitian tersebut telah dilakukan dengan baik & sesuai dengan kriteria pedoman wawancara.

Demikianlah surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 09 Juli 2019
Store General Manager
BENGKULU - 230
(LUKMAN HAMILI)
Store General Manager

**L
A
M
P
I
R
A
N**

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI



LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SITI FATONAH Program Studi : Ekonomi Syariah
 NIM : 151-661-0038 Pembimbing I/II : Dr. Munir Haki MA
 Judul Skripsi : Kepastian Harga pada Label Price di hypermarket
Bencolek IndahMall dalam perspektif Ekonomi Islam.

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Praf
1.	20 / 8 / 2019	Bab I	oee	R.
2.	22 / 8 / 2019	Bab II	oee	R.
3.	24 / 8 / 2019	Bab III	oee	R.
4.	26 / 8 / 2019	Bab IV	oee	R.
5.	28 / 8 / 2019	Bab V	oee.	R
6.			oee	R

Bengkulu, 26 Agustus 2019

Mengetahui,
 Ketua Jurusan

 Desy Isnaini, MA
 NIP. 197412022006042001

Pembimbing I/II

 (Dr. Munir Haki, MA)
 NIP



LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SITI FATONIAH Program Studi : Ekonomi Syariah
 NIM : 151-661-0038 Pembimbing I/II : Muti Jamurinda, MA
 Judul Skripsi : Kepuasan Harga pada label price disamping
Resolusi label Mall dalam perspektif Ekonomi Islam

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Praf
5	8/8/2019	BAB II	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Tambahkan teori kepuasan harga di Ekonomi Islam ⊕ Bahasa asing sedikit miring ⊕ Teknik penulisan & perbaikan 	✓
6	10/8/2019	BAB III	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Teknik penulisan ⊕ Sumber data ⊕ Bahasa asing 	✓
7	15/8/2019	BAB IV	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Cara penyajian data ⊕ Validitas data ⊕ alat analisis 	✓
8	19/8/2019	BAB V Daftar pustaka	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Kesimpulan harus diperbaiki ⊕ Sesuaikan dg format 	✓

Bengkulu, 22 Agustus 2019

Mengetahui,
 Ketua Jurusan

Desi Isnaini, MA
 NIP. 197412022006042001

Pembimbing I/II

Muti Jamurinda, MA
 NIP



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu Tlp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Sabtu, 8 Des 2018
Nama Mahasiswa : Siti Fatmahan
NIM : 1516610038
Jurusan /Prodi : Ekonomi Syariah

JUDUL PROPOSAL	TANDATANGAN MAHASISWA	NAMA PENYEMINAR	TANDA TANGAN PENYEMINAR
Kepastian Harga pada hypermart Benecosteer Indah Mall.		1. Dr. Nurul Haki, MA	
		2. Miti Yarmunida, MA	

Mengetahui,
Dekan Fak. Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dr. ASNAINI, MA
NIP. 19730412 199803 2 003



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Kaidi: 1 arah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SITI FATONAH Program Studi : Humas optinal
 NIM : 1516610038 Pembimbing I/II : Dr. Nurul Huda, MA.
 Judul Skripsi : Pengaruh Harga pada label price di Ippasar - Miti Yarmunida, M. A.
Berorientasi pada label price dalam perspektif ekonomi Islam.

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Praf
1.	16 / 6 / 2019	Rencana daftar isi	Buat Rencana daftar isi lengkap.	✓
2.	19 / 6 / 2019	Rencana daftar isi	Cara penulisan sesuai dengan pedoman. Tambahkan teori kepastian harga di Ekonomi Islam	✓
3.	24 / 6 / 2019	Rencana daftar isi	ACC pembimbing II	✓
4.	29 / 6 / 2019	BAB 1	<ul style="list-style-type: none"> ⊙ Teori yg digunakan pada latar belakang ⊙ Susunikan dg masalah & Lapangan ⊙ Teknis penulisan sesuai dg EYD dan pedoman ⊙ Metode penelitian isinya ttg cara anda menyelesaikan skripsi ini bukan teori metode 	✓

Bengkulu, 29 Agustus 2019

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Desi Isnaini, MA
NIP. 197412022906042001

Pembimbing/II

Miti Yarmunida, MA
NIP



LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SITI FATONAH Program Studi : Ekonomi syariah
 NIM : 151-661-0038 Pembimbing I/II : Dr. Munir Haki MA.
 Judul Skripsi : Kepastian Harga pada label price di hypermarket
 Bencolek IndahMall dalam perspektif Ekonomi Islam.

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Pruf
1.	20 / 8 / 2019	Bab I	oee	R.
2.	22 / 8 / 2019	Bab II	oee	R.
3.	24 / 8 / 2019	Bab III	oee	R.
4.	26 / 8 / 2019	Bab IV	oee	R.
5.	28 / 8 / 2019	Bab V	oee.	R
6.			oee	R

Bengkulu, 26 Agustus 2019.

Mengetahui,
 Ketua Jurusan

 Desy Isnaini, MA
 NIP. 197412022006042001

Pembimbing I/II

 (Dr. Munir Haki, MA)
 NIP

**L
A
M
P
I
R
A
N**

DOKUMENTASI PENELITIAN





Wawancara dengan Bapak Yudi, TL EDP (*Elektronik Data Processing*)





Wawancara dengan Bapak Helvin, staff Kasir



Wawancara dengan Bapak Wawan, SPM Produce



Wawancara dengan Juni, SPG Sofline