SISTEM PROMO DALAM PRAKTIK JUAL BELI DI INDOMARET KABUPATEN BENGKULU TENGAH PERSFEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH) Bidang Hukum Ekonomi Syariah

Oleh:

LALA VERONICA
NIM. 1611120035

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU (IAIN) BENGKULU
TAHUN 2020 M/1442 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Lala Veronica, NIM.1611120035 dengan judul "Jual Beli Dengan Sistem Promo Pada Indomaret Di Kabupaten Bengkulu Tengah Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah. Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan Pembibing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqyasah Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, Agustus 2020
Dzulhijah 1442 H

Pembimbing I	Pembimbingan II
Dr. Yusmita, M.Ag	**Etry Mike, M.H**
NIP. 197106241998031001	**NIP. 198811192019032010**

ii

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS SYARIAH
Alamat : Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax (0736) 51171 Bengkulu

PENGESAHAN

Skripsi disusun oleh: LALA VERONICA, NIM: 1611120035 yang berjudul "Sistem Promo Dalam Praktik Jual Beli Di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif." Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Telah Diuji Dan Dipertahankan Didepan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 24 Agustus 2020

Dan dinyatakan **LULUS,** dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syariah.

Bengkulu, Agustus 2020 M
Dzulhijah1442 H

Dekan Fakultas Syariah

Dr. Imam Mahdi, S.H. M.H
NIP. 196503071989031005

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua	**Sekretaris**
Dr. Yusmita, M.Ag	**Etry Mike, M.H**
NIP. 197106241998031001	**NIP. 198811192019032010**
Penguji I	**Penguji II**
Drs. H. Supardi, M.Ag	**Ismail Jalili, M.A., Ph.D**
NIP. 196504101996031007	**NIP. 197406182009011004**

MOTTO

وعَسَى أَنتكرهُواْ شَيۡـٔا وهُو خَيۡرٞ لَّكُمۡ وعَسَىٰٓ أَن تُحِبُّواْ شَيۡـٔا وهُو
شَرّٞ لَّكُمۡۚ وَٱللَّهُ يَعۡلَمُ وَأَنتُمۡ لَا تَعۡلَمُونَ ٢١٦

"Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui."

(QS. Al-Baqarah: 216)

"jika kita dikaruniai kebaikan janganlah kita merasa sombong,

dan sebaliknya jika kita diberi musibah jaganlah kita berburuk

sangka kepadaNya"

(Peneliti)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, dengan segala rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan, kemudahan, dan ridho atas perjuangan saya untuk menyelesaikan skripsi ini akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga ini menjadi langkah awal yang baik bagiku dalam melangkah menuju masa depan yang lebih baik. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai rasa cinta dan sayangku serta terima kasihku kepada :

1. Allah SWT atas nikamt-Nya yang tiada henti.
2. Nabi Nuhammad SAW yang atas warisannya telah menjadi pedoman hidup seluluh umat manusia yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadist.
3. Untuk kedua orang tuaku, Ayahku tercinta Abdul Aziz dan Ibuku tercinta Ely Suryani. Terimakasih atas doa, semangat dan kasih sayang yang selalu diberikan degan tulus tanpa henti-hentinya demi keberhasilan penulis.
4. Adikku tersayang Hasbi Dwinata, yang memberi semangat pada penulis dihari hari penulis menyelesaikan skripsi.
5. Teman spesialku Dony Fiki Riandi, yang selalu ada terutama saat-saat sulit dan bahagiaku, serta yang senantia mensupportku sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk dosen pembimbing skripsiku pembimbing 1 Dr. Yusmita M.Ag dan pembimbing 2 Ibu Etry Mike MH, dan seluruh dosen-dosen dilingkup Fakultas Syariah IAIN Bengkulu terimakasih atas arahan atas saran, didikan, motivasi serta bantuan yang telah kalian berikan dengan penuh kesabran dan ketelitian. Semoga dalam rahmat Allah SWT.
7. Seluruh teman-teman seperjuanganku yang tak dapat aku sebutkan satu persatu. Terimaksih atas do'a dan dukuangan kalian semua., kalain selalu memberi motivasi dan selalu mewarnai hari-hariku dengan penuh canda dan tawa.
8. Almamater saya Institut Agama Islam Negri Bengkulu.

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul " Sistem Promo Dalam Praktik Jual Beli Di Indomaret Kecamatan Bengkulu Tengah Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif". Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun diperguruan tunggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat dari hasil karya atau pendapat yang ditulis atau di publikasikan oleh orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicamtumkan sebagai acuaididalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicatumkan pada daftar pustaka.
4. Bersedia Skripsi ini diterbitkan di Jurnal Ilmiah Fakultas Syariah atas nama saya dan Dosen Pembimbing saya.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaraan pernyataan ini, saya bersedia menerima sanki akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh karena skrpsi ini, serta sanksi lainnya dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Agustus 2020 M
Dzulhijah 1442 H
yang menyatakan

METERAI TEMPEL
0907CAHF294448751
6000
ENAM RIBU RUPIAH

LalaVeronica
NIM.1611120035

ABSTRAK

Sistem Promo Dalam Praktik Jual Beli Di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif. Oleh: Lala Veronica, NIM: 1611120035.
Pembimbing I: Dr. Yusmita, M.Ag dan Pembimbing II: Etry Mike, M.H

Ada dua persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu: (1) Bagaimana Sistem Promo dalam Praktik Jual Beli Di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah, (2) Bagaimana Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif Terhadap Sistem Promo dalam Praktik Jual Beli Di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Sistem Promo dalam Praktik Jual Beli Di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif. Metode penelitian yang peneliti gunakan ialah bentuk deskriptif kualitatif, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat dan hubungan antara fenomena yang diselidiki secara objektif. Dalam metode ini peneliti memberikan gambaran yang riil tentang jual beli dengan sistem promo di Indomaret. Hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa: (1) Dalam Sistem Promo dalam Praktik jual beli Di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah yaitu dengan sistem promosi yang dilakaukan oleh pihak Indomaret yaitu, dengan cara sistem menempel harga promo, dan promosi dengan harga normal. Faktor dan solusi perubahan harga promo disebakan oleh kelalaian karyawan, gangguan jaringan internet toko, dan solusi yang diberikan memberikan harga termurah pada barang, mengembalikan sejumlah uang yang dibayar terhadap barang jika konsumen membatalkan akad jual beli. Tujuan promosi yaitu, memberi informasi, membujuk pelangan untuk melakukan pembelian, meningkatkan penjualan, dan menghabiskan stok barang lama. (2) Perspektif hukum Islam terhadap Sistem Promo dalam Praktik Jual Beli Di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah adalah boleh karena sudah sesuai dengan rukun dan sarat jual beli. Dan dasar hukum jual beli adalah adanya kerelaan dari kedua belah pihak dalam bertransaksi. Sedangkan dalam perspektif hukum positif terhadap Sistem Promo dalam Praktik Jual Beli Di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah adalah boleh selama tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan sesuai dengan aturan hukum positif.

Kata Kunci: Promosi, Jual Beli, Perspektif, Hukum Islam, Hukum Positif, Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadirat Allah SWT. Karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis menyelesaikan skripsi yang berjudul ” **Sistem Promo Dalam Praktik Jual Beli Di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif**”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad saw. yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus.

Penyusunan skripsi ini, bertujuan untuk memenuhi salah satu sarat memperoleh gelar Serjana Hukum (S.H) pada Program studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) Fakultas Syariah IAIN Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penelit mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian peneliti mengucapakan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddi M. M.Ag MH, selaku Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Imam Mahdi, S.H, M.H, selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Bengkulu.
3. Wery Gusmansyah, M.H, selaku Kepala Prodi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu.
4. Dr. Iim Fahimah, Lc., MA selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing serta memberi arahan-arahan selama masa perkulihan saya.

5. Dr. Yusmita M. Ag, selaku Pembimbing I yang telah senantias meluangkan waktu untuk memberikan nasehat, arahan dan bimbingan dengan tulus dan penuh kesabaran.
6. Etry Mike M.H, selaku Pembimbing II yang telah senantias meluangkan waktu untuk memberikan nasehat, arahan dan bimbingan dengan tulus dan penuh kesabaran.
7. Selaku Penguji I Skripsi saya yang telah memberikan arahan-arahan untuk memperbaiki skripsi saya dengan tulus dan penuh kesabaran.
8. Selaku Penguji II Skripsi saya yang telah memberikan arahan-arahan untuk memperbaiki skripsi saya dengan tulus dan penuh kesabaran.
9. Untuk kedua orang tuaku yang selalu mendo'an kesuksesan penulis.
10. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syariah IAIN Bengkulu yang telah mengajar an membimbing serta memberikan berbagai ilmu dengan penuh keiklasan.
11. Staf dan kariawan Fakultas Syariah IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dan setulus hati dalam hal administrasi.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Namun demikian penulis terus berusaha dengan maksimal untuk menacapi hasil akhir yang terbaik dalam penulisan skripsi ini.

Bengkulu, Agustus 2020

Peneliti

Lala Veronica
NIM. 1611120035

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
HALAMAN MOTTO ..... **iv**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN ..... **vi**
ABSTRAK ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **x**
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 8
E. Penelitian Terdahulu 9
F. Metode Penelitian 12
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian 12
2. Waktu Dan Lokasi Penelitian 13
3. Subjek atau Informasi Penelitian 14
4. Sumber Data 16
G. Rencana Outline 18
BAB II SISTEM PROMO DALAM PRAKTIK JUAL BELI
A. Promosi Dalam Praktik Jual Beli 20
1. Pengertian Promosi 20
2. Tujuan Promosi 21
3. Strategi Promosi 23
B. Jual Beli Dalam Islam 25
1. Pengertian Jual Beli 25
2. Dasar Hukum Jual Beli 27

3. Rukun Dan Syarat Jual Beli 31
4. Bentuk-bentuk Jual beli 33
C. Jual Beli Promo Dalam Hukum Positif 35
BAB III GAMBARAN UMUM INDOMARET BENGKULU TENGAH
A. Sejarah Berdirinya Indomaret 44
B. Letak Geografis Indomaret 45
C. Jam Oprasional Indomaret 46
D. Visi dan Misi Indomaret 46
E. Struktur Organisasi 47
BAB IV SISTEM PROMO DALAM PARKTIK JUAL BELI DI INDOMARET PERSFEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF
A. Sistem Promo Dalam Praktik Jual Beli Di Indomaret 52
1. Pelaksanaan Promo Di Indomaret 52
2. Faktor Dan Solusi Perubahan Harga Promo 56
3. Tujuan promo pada Indomaret 64
B. Perfektif Hukum Islam Dan Hukum Positif Terhadap Jual Beli Dengan Sistem Promo Pada Indomaret 71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
A. Kesimpulan 83
B. Saran 85
DAFTAR PUSATAKA
LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan mahluk sosial yang tidak dapat berdiri sendiri tanpa orang lain. Dalam menjalankan kehidupan manusia perlu berinteraksi dengan sesamanya. Salah satu bentuk interaksi yang sering terjadi yang itu dalam bidang ekonomi (*muamalah*) khususnya jual beli.Transaksi jual beli dibutuhkan kejujuran para pihak bukan hanya agar sesuai dengan ketentuan syariat tetapi juga untuk terciptanya kepuasan para pihak dalam transaksi yang dilakukan. Islam mengajarkan kita untuk hidup bermuamalah yaitu suatu aturan yang mengatur hubungan seseorang dengan orang lain dalam tukar-menukar harta (termasuk jual beli), diantaranya dagang, pinjam-meminjam, sewa-menyewa, kerja sama dagang, simpan barang atau uang, penemuan, pengupahan, rampasan perang, utang-piutang, pungutan, wasiat, warisan, nafkah, barang titipan, pesanan dan lain-lain.[1]

Masalah jual beli Islam telah memberikan aturan-aturan seperti yang telah diungkapkan oleh ulama fiqh mengenai rukun dan syarat jual beli. Baik yang berkenan dengan pihak penjual dan pembeli, akad maupun objek akad atau

[1] Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah,* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008). H.118.

barang yang diperjualbelikan. Menurut Al-Muslih[2] ada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk:

1. produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik,
2. produk yang diperjualbelikan adalah produk yang halal dan,
3. dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.

Jual beli terlah disahkan oleh Al-Qur'an, Sunnah, dan Ijma' umat. Adapun dalil dari Al-Qur'an yaitu firman Allah SWT:

Artinya:

"padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba". Ribah adalah haram dan jual beli adalah halal. Jadi tidak semua akad jual beli adalah haram sebagaimana yang telah disangka oleh sebagian orang berdasarkan ayat ini. Adapun hadits sunnah diantaranya adalah hadits yang diriwayatkan Rasulullah SAW beliau bersabdah : "*sesungguhnya jual beli itu atas dasar saling ridha.*" Ketika ditanya tentang jual apa yang paling utama, Nabi SAW menjawab: "*usaha seseorang dengan tangannya sendiri, dan setiap jual beli mabrur.*" Jual beli yang mambrur adalah setiap jual beli yang tidak ada dusta dan khiyanat, sedangkan dusta itu adalah penyamaran barang yang dijual, dan penyamaran itu adalah menyembunyikan aib barang dari penglihatan pembeli. Dalam melakukan transaksi jual beli objek barang atau

[2] Abdullah, Al-Muslih & Shawi,*Fiqih Ekonomi Keuangan Islam,* (Jakarta: Darul Haq, 2004), h.331

jasa yang akan diperjualbelikan haruslah jelas, karena Islam secara tegas melarang prilaku ekonomi yang di dalamnya terdapat unsur riba, judi dan ketidak jelasan (*gharar*).[3]

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

Dalam Islam melarang jual beli yang mengandung unsur penipuan, ketidak jelasan, pemaksaan, dan kemudaratan. Didalam transaksi jual beli kedua belah pihak harus saling tahu mengenai suatu barang yang diperjualkan, baik itu jenisnya, macamnya, bentuknya dan kadarnya. Pembeli atau konsumen seharusnya dalam bertransaksi atau menerima barang dalam kondisi yang baik dan harga yang wajar. Merka juga harus diberi tahu ketika ada kekurangan-kekurangan pada suatu barang.[4]

Dalam Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *as-saman* dan *as-si'r. As-sama* adalah patokan harga suatu barang,

---

[3] Boedi Abdullah, *Metode Penelitian Ekonomi Islam dan Muamalah,* Cet ke-1 (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2014), h.107

[4] Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalat,*(Yogyajarta: Graha Ilmu, 2007), h.81

sedangkan *as-si'r* adalah harga yang berlaku secara *aktual* di dalam pasar.[5] Ulama fiqih membagi *as-si'r* menjadai dua macam. Pertama, harga harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Maka dari itu penjual boleh mentapkan harga yang diinginkan namun dalam batas harga yang wajar untuk mendapat keuntungan. Pemerintah dalam harga yang berlaku secara alami tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam perkara ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang ataupun produsen. Kedua, harga suatu barang komoditas yang ditetapkan oleh pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang *rill* dan daya beli masyarakat.

Ibnu Qudaimah, Ibnu Taimiah, dan Ibnu Qoyyim membagi betuk penetapan harga tersebut kedalam dua macam kategori yaitu penetapan harga yang bersifat *dhalim* dan penetapan harga bersifat adil. Penetapan harga yang bersifat *dhalim* adalah penetapan harga yang dilakukan oleh pemerintah yang tidak sesuai dan tidak logis dengan kondisi mekanisme pasar akibat terbatasnya pasokan komoditas dan langkanya barang atau jasa, sementara pemerintah sangat banyak dan tanpa memperdulikan kemaslahatan para pedagang. Penetapan harga yang diperbolehkan bahkan wajib dilakukan menurut mereka adalah ketika terjadi lonjakan harga yang cukup tajam, *signifikan,* dan *fantastis* menurut bukti akurat diseabkan oleh ulah para pedaganag. Akan tetapi,

[5] Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam jilid 5,* (Jakarta Ichiar Baru Van Hoeve, 2006), h.331

pematokan harga tersebut juga harus dilakukan dalam batas adil, dengan memperimbangkan biaya produksi, biaya distribusi, tarnsportasi, modal, margin, keuntungan bagi para produsuen maupun pedagang.[6]

Mini market modern menawarkan berbagi jenis bahan makanan pokok yang sangat dibutuhkan setiap hari oleh masyarakat, mulai dari makanan mentah hingga makanan siap saji. Selain kualitas pelayanan yang baik harga juga berperan penting dalam keputusan pembelian oleh konsumen. Harga yang lebih terjangkau akan lebih menarik minat konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan. Dengan demikian nilai tukar berupa harga yang dibebankan oleh seseorang atas barang atau jasa yang dapat dimanfaatkan melalui penggunaan barang atau jasa tersebut. Label adalah salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi dan penjual. Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposis, informasi gizi, tanggal kadaluarsa, isi produk dan keterangan legalitsa.[7]

Berdasarkan hasil survei yeng telah dilakukan dapat diketahui bahwa pengguna label harga promo dalam jual beli akan mempermudah para konsumen dalam mengetahui harga barang yang akan dibeli. Konsumen akan memutuskan membeli atau membatalkan pembelian setelah mengetahui harga barang yang sesungguhnya. Banyak dari konsumen yang memutuskan membeli barang atau membatalkan pembelian setelah mengetahui harga barang yang

[6] Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklope Hukum...*, h.1802

7http://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-fungsi-jenis-dan-ketentuan-label.html (9-mei-2020)

sesungguhnya. Dengan menggunakan label harga promo, konsumen tidak perlu bertanya kepada karyawan hanya untuk menanyakan harga. Banyak dari konsumen memutuskan membeli barang melihat dari murah atau mahalnya harga promo pada label harga.[8]

Perbedaan harga menimbukan kebingunggan pada konsumen apabila konsumen tidak membawa uang lebih, maka selisi perbedaan harga promo yang ada membuat konsumen tidak jadi membeli barang. Apabila konsumen bertanya kepada pihak kasir atau pramuniaga mengenai perbedaan harga promo di rak dan yang sebenarnya, pada umunya pihak kasir atau pramuniga mengatakan bahwa harga dirak tersebut adalah harga lama dan belum diperbaharui, seharusnya dengan perubahan harga promo harus juga diikuti perubahan harga promo yang tercantum pada rak sehingga, konsumen dapat mengetahui harga sebenarnya. Perbedaan harga promo di rak dan yang sebenarnya dapat dikatakan bahwa pelaku usaha memberi informasi yang menyesatkan akibatnya konsumen yang dirugikan.

Jika mengacu pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah hak untuk memilih barang dan/jasa serta mendapakan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Disisi lain berdasarkan pasal 7 Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diwajibkan memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang

[8] Wawancara Kepala Toko Indomaret, Meike Sella Carolina, 9 Mei 2020.

dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

Namun demikian, peneliti menemukan terjadinya perubahan harga promo yang diberikan oleh pihak mini market (Indomaret) tersebut, perubahan harga promo terjadi pada beberapa jenis barang yang mana barang tersebut sudah ditentukan oleh pihak pusat Indomaret. Hal ini dapat dibuktikan bahwa peneliti pernah membeli salah satu jenis makanan ringan (Astor dan chocolatos) pada tanggal 9 Mei 2020 dengan harga yang ditentukan pada display harga promosi, namun saat membayar di kasir harga berubah menjadi lebih mahal. Dengan demikian riset yang peneliti lakukan menjadi bukti bahwa di Indomaret Bengkulu Tengah terjadi perubahan harga promo.

Berkaitan dengan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "SISTEM PROMO DALAM PRAKTIK JUAL BELI DI INDOMARET DI KABUPATEN BENGKULU TENGAH PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penulis tertaik untuk melakukan penelitian dalam masalah ini. Beberapa diantaranya:

1. Bagaimana Sistem Promo Dalam Praktik Jual Beli Di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah?
2. Bagaimana Persfektif Hukum Islam Dan Hukum Positif Terhadap Jual Beli Dengan Sistem Promo Pada Indomaret di Kabupaten Bengkulu Tengah ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan, maka tujuan dari dilakukan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui jual beli dengan sistem promo pada Indomaret di Kabupaten Bengkulu Tengah.
2. Untuk mengetahui Persfektif Hukum Islam dan Hukum Positif terhadap jual beli dengan sistem promo pada Indomaret di Kabupaten Bengkulu Tengah.

Tujuan lain dalam penulisan karya ilmia ini untuk menyelesaikan tugas akhir pada program studi Hukum Ekonomi Syariah (HES).

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki nilai manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis dalam rangka meperluas dinamika ilmu pengetahuan mengenai hukum Islam dan hukum positif.

1. Manfaat Teoritis
   a. Untuk menambah ilmu, wawasan, serta pengetahuan terhadap permasalahan baru yang berkaitan dengan kajian muamalah dan fiqh kontemporer.
   b. Untuk memperdalam pengetahuan tentang kajian hukum islam.
   c. Menambah khazana ilmu yang dapat berguna bagi pengembangan ilmu hukum islam dibidang yang berkaitan dengan muamalah atau hukum ekonomi syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk memberikan informasi kepada pembaca pada umunya khusunya pad penulisan mengenai perubahan harga di Indomaret.

b. Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH) pada Fakultas Syariah IAIN Bengkulu.

E. Penelitian Terdahulu

Sebelum masuk lebih juah megenai permasalahan penelitian ini. Adapun hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan antara lain:

Pertama, skripsi dengan berjudul "*Kepastian Harga Pada Label Price di Hypermart Bencoleen Indah Mall dalam Perspektif Ekonomo Islam*" yang diteliti oleh Siti Fatonah, jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam skripsi ini adapun masalah yang dibahas oleh peneliti: Bagaimana kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall, dan Bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif berdasarkan studi kepastian harga dengan penelitian lapangan, data-data yang didapat dari wawancara, catatan lapanga, foto dan dokumen. Hasil dari penelitian ini yakni bahwa dalam kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall ditemukan adanya persoalan mengenai label harga yang

akan dibayar di kasir disebabkan oleh kekalaian dari karyawan dalam pergantian label yang belum terlaksana dengan baik. Karena rendahnya pemahaman karyawan terhadap konsep transparansi harga dalam Islam. Pandangan ekonomi Islam terhadap kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall belum sesuai dengan keempat konsep transparansi harga dalam ajaran Islam yaitu: *Siddiq, Amanah, Fathanah, Tabhlig*.[9]

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

[9]Siti Fatonah, *Kepastian Harga Pada Label Price di Hypermart Bencoleen Indah Mall dalam Perspektif Ekonomo Islam*, Skripsi, jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

tetidak pastian dilarang dalam Islam karena dapat merugikan sebelah pihak dan mengakibatkan konsumen hidup mubazir. Jadi promosi dengan pemberian hadiah pada Alfamart Way Dadi Sekarame diharamkan karena adanya unsur *qimar, gharar,* dan *mubazir*.[10]

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Anita Ratmawati Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwekerto 2017 dengan judul "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Etika Promosi Penjualan Melalui Media* (*Studi Kasus Toko Aldis Store Desa Sampang Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap*)". Metode penelitian yang digunakan yakni metode penelitian kulaitatif. Dalam skripsi ini yang dibahas oleh peneliti: Bagaimana etika promosi melalui media yang dilakukan oleh Toko Aldis Store Desa Sampang Kabupaten Cilacap, dan bagaimana tinjauan Hukum Islam terhadap etika promosi melalui media yang dilakukan oleh Toko Aldis Store Desa Sampang Kabupaten Cilacap. Hasil dari penelitian ini adalah bahawasannya dalam melakukan promosi pada media harus dengan keadaan yang sebenarnya agar tidak menimbulkan kekecewaan terhadap konsumen. Praktek etika promosi bertujuan untuk memberi tahu masyarakat melalui bedia seperti bbm, instargram, fecebook dan lain sebagainya. Dari segi periklanan yang dilakukan Toko Aldis Store sudah sesuai dengan ketentuan yang benar

[10] Lisdiana, (2018) *Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi Dengan Menggunakan Hadiah* (Studi pada Alfamart Way Dadi Sukarame Bandar Lampung) Skripsi, Fakultas Syariah Universitas Isalam Negri Raden Intan Lampung.

dari segi transaksi seudah sesuai dengan syariat kebanyakan dialukan secara tunai dan jelas.[11]

Perbedaan dengan penelitian diatas, penelitian ini difokuskan pada dua kajian. Pertama, tentang bagaimana jual beli dengan sistem promo pada Indomaret. Kedua, tentang Persfektif Hukum Islam dan Hukum Positif terhadap jual beli dengan sistem promo yang dilakukan oleh pihak Indomaret .

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penulisan karya ilmiah ini, metode penelitian yang penulis gunakan ialah penelitian kualitaif dengan metode deskriptif, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat dan hubungan antara fenomena yang diselidiki secara objektif. Penelitian kualitatif adalah penelitain untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami sibjek penellitian. [12] Metode deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status kelompok manusia atau objek situasi dan kondisi.[13] Dalam metode ini penulis memberikan gambaran yang riil tentang jual beli dengan sistem promo di Indomaret. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan mengenai situasi atau kejadian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman secara sistematis dan akurat.

---

[11] Anita Ratmawati, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Etika Promosi Penjualan Melalui Media* (*Studi Kasus Toko Aldis Store Desa Sampang Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap*). Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwekerto 2017

[12] Laxy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif,* (Jakarta: Rosdakarya, 2007), h.6.

[13] Nasir, *Metode Penelitian Kualitaif* , (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h.10.

Jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan) yaitu penelitian mendalam mecakup keseluruhan yang terjadi di lapangan dengan tujuan untuk mempelajari secara mendalam tentang latar belakang keadaan sekarang.[14] Dalam penelitian ini, metode deskriptif kualitaif tersebut digunakan untuk mengetahui perspektif hukum Islam dan hukum positif mengenai sistem promo dalam praktik jual beli di Indomaret kabupaten Bengkulu Tengah.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun waktu penelitian memakan waktu selama 9 bulan yaitu mulai dari bulan Oktober 2019 sampai dengan bulan Juli 2020. Periode itu digunakan mulai dari pembuatan dan bimbingan proposal, sampai dilakukannya penelitian. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah. Berdasarkan penelitian awal terdapat 6 Indomaret di Kabupaten Bengkulu Tengah, diantaranya lokasi Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah terdapat dibeberapa titik yaitu: Indomaret wilayah Kembang Seri, Indomaret wilayah Karang Tinggi, Indomaret wilayah Taba Penanjung, Indomaret wilayah Pekik Nyaring, Indomaret wilayah Pasar Pedati dan Indomaret wilayah Pondok Kelapa.

[14]Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif* (*Akutulasi Metodologi Kearah Ragam Varian Kontempore*), (Jakarta: Rajawali Pres, 2010), h.10

3. Subjek atau Informan Penelitian

Orang yang memeberikan informasi disebut dengan informan penelitian.[15] Maka informasi disinidapat dikatakan sama dengan responden apabila keterangannya digali oleh peneliti. Untuk menentukan infomasi ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* atau pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dan tujuan tertentu. Sampel yang dipilih harus sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan.[16]

Berdasarkan pengambilan data informan yang peneliti ambil dari tiga orang karyawan toko Indomaret di Kecamatan Bengkulu Tengah. Setelah peneliti melakukan observasi, kenyataan dilapangan ternyata sistem promo dalam praktik jual beli di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah sudah ada yang sesuai dengan ketentuan. Hal ini dialami oleh peneliti secara langsung, saat melakukan pembelian beberapa makanan ringan di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah. Namun ada pula kesalahan dan kelalaian dari pihak karyawan Indomaret dalam penggunaan label promo yang tidak sesuai saat konsumen membayar di kasir. harga yang ada di label berbeda dengan harga yang di struk pembelian, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ditempat tersebut.

4. Sumber Data

a. Data Primer

---

[15] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*,...172

[16] Haris Hardiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta:Selemba Humanika, 2012), h. 106

Data primer merupakan data yang diperoleh melalaui beberapa serangakain kegiatan.[17] Data primer adalah data pokok yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dan data primer dari penelitian ini diperoleh dari hasil observasi dan wawancara pada pihak karyawan toko Indomaret yang berkaitan dengan masalah penelitian, yaitu data tentang jual beli dengan sistem promo pada Indomaret Kecamatan Bengkulu Tengah perspektif hukum Islam dan hukum positif.

b. Data Sekunder

Data skunder merupakan data yang diperoleh melalui pengumpulan atau pengolahan data yang bersifat studi dokumentasi, berupa dokumentas pribadi, dokumen resmi kelembagaan, referensi-referensi atau peraturan yang memiliki relevensi dengan fokus permasalahan penelitian.[18]

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data dokumentasi yg diperoleh dari sumber lain, yaitu data yang diperoleh dari internet, tabloit, dan buku-buku yang menjadi salah satu pendukung pada penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi-dokumentasi resmi wilayah penelitian.

[17] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik,* h.172

[18] Iskandar, *Meteodologi Pendidikan Sosial* (*kuantitaif dan kualitatif*), (Jakarta: Gaung Persada Press, 2008), h.77

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memeprmudah pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan teknik-teknik sebagai berikut: a. Wawancara

Wawancara atau interview adalah suatubentuk komunikasi verbal bagi semacam percakapan yang bertujuan memeperoleh informasi.[19] Dalam interwieu peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan menganalisis jawabanya. Melakukan tanya jawab kepada subjek untuk memencing agar subjek mengungkapakan kebenaran, pendapat-pendapatnya dan lain-lain sehingga pewawancara dapat mengambil informasi yang diperlukan.

Mentuk wawancara yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, wawancara digunakan untuk mengetahui jual beli dengan sistem promo pada Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah perspektif hukum Islam dan hukum positif. Jadi interview dalam penelitian ini dilakukan dengan cara peneliti bertaya langsung kepada informan penelitian yaitu karyawan toko Indomaret di Kabupaten Bengkulu Tengah.

b. Observasi

Observasi adalah salah satu cara pengumpulan data dengan mengunakan pengamatan dan pengindaran langsung terhadap suatu

[19] Sumanto, *Psikologi Perkembangan*, (Yokyakarta:CAPS, 2003), h.180

benda, situasi, kondisi, proses dan prilaku.[20] Perilaku mengamati seseorang dalam melakukan aktivias sehari-hari dan secara selektif melaporkan perbuatanya disebut dengan obeservasi.[21]

Jadi dapat disimpulkan observasi merupakan salah satu cara yang dilakukan peneliti dalam pengumpulan data dengamn mengamati secara langsung terhadap objek penelitian untuk memperhatikam dari dekat kegiatan yang dilakukan.peneliti melakukan observasi atau pengamtan terhadap jual beli dengan sistem promo pada Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah perspektif hukum Islam dan hukum positif.

c. Dokumentasi

Dokumentasi atau disebut dengan barang tertulis.[22] Didalam melaksakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen, peratuan-peraturan perudanng-undangan, laporan bulanan dan sebagainya, Dimana metode dokumntasi ini digunakan untuk mengambil data tertulis yang relevand dengan penelitian.

Teknik dokumentasi dalam penelitian digunakan untuk mengambil data dokumentatif di tempat penelitian. Dokumentasi ii meliputi foto-foto dan data data dokumentasi di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah.

---

[20] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitaf*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.203

[21] Sumanto, *Psikologi Perkembangan,...* h.179

[22] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitia,...* h.158

G. Rencana Outline

Agar penulisan ini lebih mengarah pada tujuan pembahasan, maka diperlukan sistematika penulisan atau rencana kerangka ini (*outline*) yang terdiri dari lima bab, dimana antara satu bab dan bab lain saling mendasari dan berkaitan. Adapun sistemaktika daam penulisan ini adalah sebagai berikut:

Bab satu merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, metodologi penelitian, dan rencana outline.

Bab dua merupakan pembahasan teoritis mengenai teoritis mengenai konsep hukum Islam tentang penetapan harga dan *discount* dengan sub-sub sebagai berikut: Teori tentang promo,pengertian jual beli, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, dan serta perspektif hukum Islam dan jual beli promo dalam hukum positif .

Bab tiga penulis membahas tentang hasil penelitian mengenai pelaksanaan sistem promo pada Indomaret di Bengkulu Tengah perspektif hukum Islam dan hukum positif, yaitu: sejarah Indomaret, letak geografis Indomaret, jam oprasional Indomaret, visi dan misi Indomaret, dan struktur organisasi**.**

Bab empat menguraikan hasil penelitian yang telah diperoleh dari literature dan pembahasan hasil penelitian diantaranya: alasan promo, faktor terjadinya perubahan harga promo, sistem promo, pembuat kebijakan promo, waktu pomo, keseragaman harga promo, dan perspektif hukum Islam dan hukum positif terhadap jual beli dengan sistem promo pada Indomaret.

Bab lima merupakan penutup dari keseluruhan pembahasan penelitian yang berisi kesimpulan dari pembahsan yang telah dipaparkan, serta saran yang menyangkut dengan penelitian.

BAB II

SISTEM PROMO DALAM PRAKTIK JUAL BELI

A. Promosi Dalam Praktik Jual Beli

1. Pengertian promosi

Upaya yang dilakukan untuk mengajak masyarakat untuk melaksanaakan transaksi melalui sirkulasi atau perputaran arus informasi yang disebut dengan promosi.[23] Promosi dalam arti sempit ialah aktivitas pemasaran yang berkaitan dengan harga, barang atau produk, dan lokasi dalam kata lain disebut dengan bauran pemasaran.[24] Menurut A.hamdani, promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilakuakn oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Aktivitas promosi bertujuan untuk mempengaruhi konsumen untuk malakukan pembelian produk atau jasa, yang disampaikan melalui alat komunikasi yang dilakukan produsen hal ini disebut dengan kegiatan promosi.[25]Dengan demikian promosi dapat diartikan sebagai suatu upaya atau alat komunikasi guna memperkenalkan suatu produk dari perusahaan tertentu agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli sehingga

---

[23]Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Satu Nusa. 2011 Cet.1) h.104

[24]Nur Rinato Al Arif, *Dasar-dasar Permasaran Bank Syariah*, (Bandung: ALFABETA) h.169

[25]Lisdiana, (2018) *Tinjauan Hukum Islam Tentang PromosiDengan Menggunakan Hadiah* (Studi pada Alfamart Way Dadi Sukarame Bandar Lampung) Skripsi, Fakultas Syariah Universitas Isalam Negri Raden Intan Lampung.

dapat meningkatkan penjualan pada perusahaan. Promosi lazim disebut dengan promo, atau sering disingkatan dengan promo.

2. Tujuan Promosi

Tujuan promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi/ membujuk, serta menigkatkan pelangan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Ada tiga tujuan promosi diantaranya adalah:[26]

a. Memberi informasi (*informing*), yaitu:

1) Memberi tahu pasar jika sedang ada produk baru yang dipasarkan;
2) Memperkenalakan cara pemakaian yang baru dari suatu produk;
3) Menyampaikan perubahan harga kepada pasar;
4) Menjelaskan cara kerja suatu produk;
5) Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan;
6) Meluruskan kesan yang keliru;
7) Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli;
8) Membangun citra perusahaan.

b. Membujuk pelangan sasaran (*persuading*) untuk:

1) Membentuk pilihan merek; mengalihkan pilihan merek tersebut;
2) Mengubah persepsi pelangan terhadap atribut produk;
3) Mendorong pembeli untuk berbelanja saat itu juga;
4) Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan waraniaga (*salesman*).

[26]Lisdiana, (2018) *Tinjauan Hukum Islam Tentang PromosiDengan Menggunakan Hadiah* (Studi pada Alfamart Way Dadi Sukarame Bandar Lampung) Skripsi, Fakultas Syariah Universitas Isalam Negri Raden Intan Lampung.

c. Meningkatkan (*reminding*), dapat terdiri atas:

1) Mengingatkan pembeli bahwa produk bersangkutan dibutuhkan dengan cepat;
2) Mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk-produk perusahaan;
3) Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan;
4) Menjaga ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

Menelaah pemikiran pemikiran diatas, dapat disimpulkan betapa pentingnya kegiatan promosi, karena kegiatan promosi merupakan suatu proses memperkenalkan keberadaan, karakteristik, dan keunggulan dari produk perusahaan, sehingga menimbulkan mnat calon konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi produk yang ditawarkan, yang merupakan tujuan utama tindakan promosi.

Promosi memeliki tujuan yang lebih luas yaitu tujuan-tujuan jangka panjang promosi ditunjukan untuk mencapai hal-hal berikut:

a. Menguatkan asosiasi dan kesadaran merek;
b. Menguatkan loyalitas merek;
c. Memberikan kesan kualitas yang diinginkan.

Dengan adanya tujuan jangka panjang yang diharapkan agar tindakan promosi dapat selalu mempengaruhi konsumen untuk menggunakan suatu produk dan tidak berpindah kepada produk sejenis yang diproduksi perusahaan pesaing.

3. Strategi Promosi

Dalam promosi terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan. Pada umumnya, ada empat kegiatan yang bisa dilakukan yaitu: a. Periklanan (*advertensi*)

Periklanan merupakan salah satu bentuk kegiatan promosi yang sering dilakukan perusahaan melalui komunikasi non individu dengan jumlah biaya seperti iklan melalui media masa, perusahaan iklan, lembaga non laba, individu-individu yang membuat poster, dan sebagainya.[27]

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seprti lewat: pemasangan *Billboard* (papan nama) dijalan-jalan strategis; pencetakan brosur baik disebarkan disetiap cabang atau pusat-pusat pembelajaan; pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis; melalui koran; melalui majalah; melalui televisi; melalui radio; dan menggunakan media lainnya.[28]

b. *Personel Selling*

Personel Selling merupakan promosi yang dilakukan dengan cara langsung bertatap muka dengan konsumen. Proses terjadinya *Personel Selling* adalah sebagai berikut:[29]

---

[27] Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran,*... h.105
[28] Kasmir, *Pemasaran Bank,* (Jakarta: KENCANA. 2005) h.177
[29] Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran,*... h.105

c. Promosi Penjualan

Disamping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion.* Tujuan promosi penjualan adalah untuk menigkatakan penjualan atau untuk menigkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan adalah dilakukan untuk menarik nasabah untuk segra membeli produk atau jasa yang ditawarkan.[30]

Sama seperti halnya dengan kegiatan periklanan, maka promsi penjualan juga memiliki program tersendiri. Dalam praktiknya program promosi penjualan memiliki tiga macam cara, yaitu[31]:

1) Promosi konsumen, seperti penggunaan kupon, sampel produk, hadiah, atau bentuk undian berhadiah.

[30]Kasmir, *Pemasaran Bank,* (Jakarta: KENCANA. 2005) h.179-180
[31]Nur Rinato Al Arif, *Dasar-dasar Permasaran Bank Syariah,...* h.179-180

2) Promosi dagang, yaitu berupa bantuan peralatan atau insentif.

3) Promosi wiraniaga melalui kontes penjualan. Misalnya progam 100 agen yang dilancarkan produk pembersihan piring sunlight.

d. Publisitas dan Humas

Publisitas yaitu aktivitas promosi yang tidak jauh berbeda dari kegiatan promosi dengan periklanan biasanya informasi yang diberikan berupa berita.[32]

B. Jual Beli Dalam Islam

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli adalah dalam istilah fiqih disebut dengan *al-bai*, yang berarti menjual, menggantikan, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Dalam bahasa Arab *al-bai* tidak hanya berati menjual tetapi bisa juga diartikan dengan lawan jenisnya yaitu membeli (*asy-syirah*').[33] Secara terminologi, terdapat beberapa defenisi jual beli yang dikemukakan ulama fiqih, sekalipun substansi dan tujuan masing-masing defenisi adalah sama, yaitu tukar-menukar barang dengan cara tertentu atau tukar-menukar sesuatu dengan yang sepadan menurut cara yang dibenarkan. Jual beli (*al-Buyun'*) adalah pertukaran harta atas dasar saling rela atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenrakan (berupa alat tukar sah).[34]

[32] Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen,...* h.105
[33] Nasrun Haroen, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pertama.2000) h.111
[34] Abdul Djamali, *Hukum Islam*, (Bandung: Mandar Maju.1992) h.101

Menurut Imam Nawawi yang dikutip oleh Dimyauddin Djuwaini dalam kitab Al *Majmu', al bai'* adalah pertukaran harta dengan harta dengan maksud untuk memiliki dan dimiliki.[35] Menurut Sayyid Sabiq, yang dikutip oleh Abdul Rahman Ghazaly mendefinisikan, "jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan". Atau, "memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan". Dari defenisi tersebut yang dimaksud harta yaitu segala yang dimiliki dan bermanfaat, maka dikecualikan yang bukan milik dan tidak bermanfaat; yang dimaksud milik agar dapat dibedakan dengan hibah (pemberian); sedangkan yang dimaksud dapat dibenarkan agar dapat dibedakan dengan jual beli yang terlarang.[36]

Pada masyarakat primitif jual beli dilangsungkan dengan cara saling menukar harta denga harta (*al-muqayadhah*), tidak dengan uang sebagaimana berlaku dizaman ini, karena masyarkat primitif belum mengenal adanya alat tukar seperti uang. Misalnya satu ikat kayu api ditukar dengan satu liter beras, atau satu tangkai kurma ditukar dengan satu tandan pisnag. Untuk melihat apakah barang yang saling ditukar itu sebanding, tergantung kepada kebiasaan masyarakat primitif itu. Jul beli seprti ini dalam istilah fiqh disebut dengn *al-muqayadhah.*[37]

Berdasarkan defenisi diatas, maka pada intinya jual beli itu adalah tukar menukar barang. Hal ini telah dipraktikkan oleh masyarakat premitif ketika uang belum digunakan sebagai alat tukar menukar barang, yaitu

---

[35] Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh*,... h.69

[36] Abdul Rahman Ghazaly, Ghufroon Ihsan, Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana.2010) h.67-68

[37] Nasrun Haroen, *Fiqih Muamalah*...., h.112

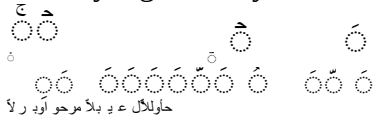
dengan sistem barter yang dalam terminologi fiqh disebut dengan *ba'i al-muqayyadah.* Meskipun jual beli dengan sistem barter telah ditinggalkan, diganti dengan sistem mata uang, tetapi terkadang esensi jual beli seperti ini masih berlaku, sekalipun untuk menentukan jumlah barang yang ditukar tetapi diperhitungkan diperhitungkan dengan nilai mata uang terterntu, misalnya, Indonesia membeli *spare part* kendaraan ke Jepang, maka barang yang diimpor itu dibayar dengan minyak bumi dalam jumlah tertentu, sesuai dengan nilai *spare part* yang diimpor Indonesia itu.[38]

2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai sarana tolong menolong antara umat manusia mempunyai landasan yang kuat dalam al-Qur'an, sunnah Rasulullah saw dan al-Ijma.

a. Al Quran

Terdapat jumlah ayat al-Qur'an yang berbicara tentang jual beli, diantaranya dalam surah al-Baqarah, 2: 275 yang berbunyi:[39]



Artinya:

"padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba".

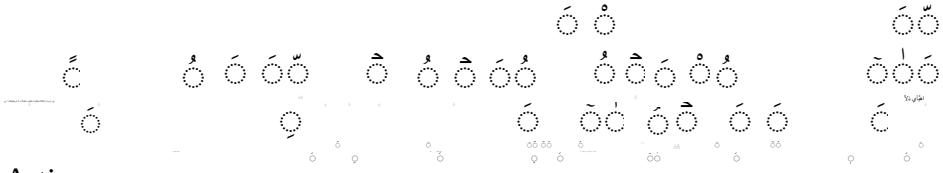
Ayat ini merujuk pada kehalalan jual beli dan keharaman riba. Ayat ini menolak argumen kaum musryikin yang menentang disyariatkannya jual beli dalam Al-Qur'an. Kaum musyrikin tidak

[38] Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Muamalah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group.2012) h.111

[39] Nasrun Haroen, *Fiqih Muamalah*..., h.113-114

mengakui konsep jual beli yang telah disyariatkan Allah SWT dalam Al Qu'an dan menganggapnya identik dan sama dengan sistem ribawi. Untuk itu dalam ayat ini Allah mempernegas legalitas dan keabsahan jual beli secara umum, serta menolak dan melarang konsep ribawi. Allah adalah dzat yang maha mengetahui atas hakikat persoalan keidupan. Jika dalam suatu perkara terdapat kemaslahatan dan manfaat maka akan Allah printahkan untuk melaksanakannya. Dan sebaliknya, jika didalamnya terdapat kerusakan dan kemudharatan, maka Allah akan cegah dan larang untuk melakukannya (Tafsir Ibnu Katsir, Jilid I, hal. 488)[40]

Firman Allah QS. An-Nisaa' 4: 29



Artinya :

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".

Ayat ini merujuk pada perniagaan atau transaksi-transaksi dalam muamalah yang dilakukan secara batil. Bahawanya Allah SWT melarang keras memakan harta dengan cara batil bagi sesama umat muslim. Secara batil dalam konteks ini memiliki arti yang sanggat luas, diantaranya melakukan transaksi ekonomi yang bertentangan dengan syara', seperti halnya melakukan transaksi berbasis riba (bunga),

[40] Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh*,... h.71

transaksi yang mengandung unsur *gharar* (adanya *uncertainty*/resiko dalam transaksi) serta hal-hal yang bisa dipersamakan dengan itu. Ayat ini juga memberikan pemahaman bahwa upaya untuk mendapatkan harta tersebut harus dilakukan dengan adanya kerelaan semua pihak dalam transaksi, seperti kerelaan antara penjual dan bembeli.[41]

Firman Allah QS. Al-Baqarah 2: 198

Artinya:

”Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu”.

Ayat ini merujuk pada keabsahan menjalankan usaha guna mendapatkan anugrah Allah. Menurut riwayat Ibnu Abbas dan Mujahid, ayat ini diturunkan untuk menolak anggapan bahwa menjalankan usaha dan perdagangan pada musim haji merupkan perbuatan dosa, karena musim haji adalah saat-saat untuk menginggat Allah (Dzikir). Ayat ini sekaligus memberikan legalitas atas transaksi ataupun perniagaan yang dilakukan pada saat musim haji (Tafsir Ibnu Katsir, Jilid I, hal. 360)[42]

b. Al-hadits

Dasar hukum jual beli dalam sunah Rasululah saw. Diantaranya adalah hadis dari Rifa’ah ibn Rafi’:

[41] Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh*,... h.70

[42] Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh*,... h.71-72

عن رفاعة بن رافع رض الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم سئل: أي البيع أطيب؟ قال: عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور رواه البزار وصححه الحاكم

Artinya:
Dari Rafa'ah bin Rafi' *radhiyallaahu 'anhu* bahwa Nabi saw. pernah ditanya, "Pekerjaan apa yang paling baik?" Beliau berdabdah, "*Pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang baik.*" (HR al-Bazzar Hadits ini dishahihkan oleh al-Hakim).[43]

kecurangan- diiringi tanpa jujur, yang beli jual Artinya kecurangan mendapat berkat dari Allah. Dalam hadis dari AbiSa'id al-Khudri yang diriwayatkan oleh al-Baihaqi, Ibn Majah dan Ibn Hibban,

Rasulullah saw. menyatakan:
الأصل في المعاملة الإباحة إلا أن يرد دليل على تحريمها

Artinya:
"Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya"[44]

Hadits yang diriwayatkan oleh Al-Baihaqi dan Ibnu Majah ini merupakan dalil atas keabsahan jual beli secara umum. Menurut Wahabah Zuhaili, hadits ini terbilang hadits yang panjang, namun demikian hadits ini mendapat pengakuan keshahihannya dari ibnu Hibban. Hadits ini memberikan persyaratan bahwa akad jual beli harus masing-masing kerelaan adanya dengan dilakukan akitekkahip melakukan transaksi.[45] Dalam riwayat at-Tirmizi Rasulullah bersabdah:

---

[43] Ibnu Hajar al-Asqalani, *Bulughul Maram dan Dalil-dalil Hukum,* (Jakarta: GEMA INSAN, 2013) h. 329

[44] Djazuli, *Kaidah-kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Dalam Hukum Islam Dalam Menyelesaikan Masalah-masalah Yang Praktis,* (Jakarta: Kencana 2011) h.103

[45] Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh,...* h.72

"Pedangang yang jujur dan terpecaya itu sejajar (tempatnya disurga) denagan para Nabi para Siddiqin, dan para syuhada".

c. Al-Ijma

Dasar hukum jual beli menurut Ijma, Ulama telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mecukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan oarang lain. Namun demikian, bantuan atau milik orang lain dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lain yang sesuai.[46] Dengan disyaratkannya, jual beli jual beli merupakan salah satu cara untuk merealisasikan keinginan dan kebutuhan manusia, karena pada dasarnya, manusia tidak bisa hidup tanpa berhubungan dan bantuan orang lain.[47]

3. Rukun Dan Syarat Jual-Beli

Rukun dan syarat jual beli adalah ketentuan dalam jual beli yang harus dipenuhi agar jual beli yang harus dipenuhi agar jual belinya sah menurut syara' (hukum Islam).

a. Rukun (unsur) Jual Beli

Rukun jual beli ada tiga yaitu:[48]

1) Pelaku transaksi, yaitu penjual dan pembeli.
2) Objek transaksi, yaitu harga dan barang.

[46] Rahmad Syafe'i, *Fiih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia.2001) h.75
[47] Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh,...* h.73
[48] Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah,* (Jakarta: Kencana, 2012) h.102

3) Akad (Transaksi), yaitu segala tindakan yang dilaukan kedua belah pihak yang menunjukan mereka sedang melakuka transaksi, baik tindakan itu berbentuk kata-kata maupun perbuatan.

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, unsur jual beli ada tiga yaitu:[49]

1) Pihak-pihak. Pihak-pihak yang erkait dalam perjanjian jual beli terdiri dari penjual, pembeli, dan pihak lain yang terlibat dalam perjanjian tersebut.
2) Objek. Objek jual beli terdiri atas benda yang berwujud dan benda yang tidak berwujud, yang bergerak maupun benda yang tidak bergerak dan yang terdaftar maupun yang tidak terdaftar. Syarat objek yang diperjualbelikan adalah sebagai berikut: barang yang diperjualbelikan harus ada, barang yang diperjual belikan harus berupa barang yang memeiliki nilai/harga tertentu, barang yang diperjulbelikan harus halal, barang yang diperjualbelikan harus diketahui oleh pembeli, kekhususan barang yang diperjualbelikan harus diketahui, penunjukan dianggap memenuhi syarat langsung oleh pembeli tidak memerlukan penjelasan lebih lanjut, dan barang yang dijual harus ditentukan secara pasti pada waktu akad.

b. Syarat Sah Jual Beli

[49] Mardani, *Fiqih Ekonomi*,... h.102

Agar suatu jual beli yang dilakukan oleh pihak penjual dan pihak pembeli sah, haruslah dipenuhi syarat-syarat yaitu:[50]

1) Tentang subjeknya.

Bahwa kedua belah pihak yang melaukan perjanjian jual beli tersebut haruslah: berakal; dengan kehendaknya sendiri (bukan dipaksa); keduanya tidak mubazir; dan baligh.

2) Tentang objeknya.

Benda yang dijadikan objek jual beli haruslah memenuhi syarat-syarat yaitu: bersih barangnya; dapat diamanfaatkan, milik orang yang melakukan akad; mampu menyerahkannya; dan mengetahui barang yang diakadkan ada ditangan (dikuasai)

3) Teantang lafaz.

Menurut ulama yang mewajibkn lafaz, lafaz itu diwajibkan memenuhi beberapa syarat, yaitu sebagai beriku: keadaan ijab qobul berhubungan; makan keduanya hendaklah sama walaupun lafaz keduanya berlainan; keduanya tidak disangkutkan dengan urusan lain; dan tidak berwaktu.[51]

4. Bentuk-bentuk Jual Beli

a. Jual beli yang sahih

Suatu jual beli dikatakan sebagai jual beli yang sahih apabila jual beli itu disyari'atkan, memenuhi rukun dan syarat yang

[50] Chairuman Pasaribu, Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam,* (Jakarta: SINAR GARFIKA, 1994), h.35-39

[51] Gembala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana,2006), h. 102

ditentukan; bukan milik ornag lain, tidak tergantung pada hak *khiyar* lagi. Jual beli seperti nini dikatakan jual beli yang sahih.[52]

Akan tetapi ada pula jual beli yang sah namun dilarang dalam Islam yaitu: (1) menyinggung perasaan pedagang, maupun yang membeli dagangan; (2) mengecilkan aktivitas pasar; (3) menggangu kenyamanan masyarakat.[53] Adapun beberapa contohnya antara lain sebagai berikut:

1) Membayar barang dengan nilai yang lebih tinggi dari pada pasarannya, padahal ia tidak benar-benar membutuhkan barang tersebut hal itu dilakukan agar tidak ada yang bisa memiliki barang tersebut.
2) Mebayar barang yang sudah dibeli orang lain yang padahal barang tersebut dalam keadaan *khiyar*.
3) Mencegat orang-orang yang datang dari desa diluar kota, lalu membeli barangnya sebelum mereka sampai ke pasar dan sewaktu-waktu mereka belum mengetahui harga pasar.
4) Membeli barang untuk ditahan agar dapat dapat dijual dengan harga yang mahal, sedangkan masyarakat masyarakat umum memerlukan barang itu.
5) Menjual suatu barang yang berguna, tetapi kemudia dijadikan alat maksiat oleh pembelinya.

[52]Hasrun Haroen, *Fiqih Muamalah,...* h.121-122

[53]Gembala Dewi, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group.2005) h.102-103

6) Jual beli yang disertai tipuan. Berarti dalam urusan jual beli itu ada tipuan, baik dari pihak pembeli maupun dai pihak penjual, pada barang ataupun ukuran dan timbangannya.

b. Jual Beli Yang Batal

Dikatakn jual beli batal apabila sebagin atau seluruh rukun jual beli tidak terlaksana, atau jul beli yang tidak sah. contohnya jual beli yang dilakukan anak-anak, orang gila, atau barang yang dijual itu barang yang diharamkan oleh syara', seperti bangkai, darah babi dan khamar. [54]

c. Jual Beli Yang Fasid

Ulama Hanafiah membedakan jual beli *fasid* dengan jual beli batal apa bila kerusakan dalam jual beli terkait dengan barang yang dijualbelikan. Maka hukunya adalah batal, misanya jual beli benda-benda haram. Apabila kerusakan pada jual beli itu menyangkut harga barang dan boleh diperbaiki, maka jual beli dinamakn *fasid*. Namun, Jumhur Ulama tidak membedakan antara kedua jual beli tersebut.[55]

C. Jual Beli Promosi Dalam Hukum Positif

Hukum publik atau hukum positif adalah hukum yang mengatur hubungan antara Negara dan alat-alat perlengkapannya atau hubungan Negara

[54] Hasrun Haroen, *Fiqih Muamalah*,... h.121-122
[55] Gembala Dewi, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*,... h.106

dengan perorangan. Berbagai peraturan yang berkaitan dengan upaya perlindungan konsumen pada dasarnya sama dengan peraturan-peraturan lain yang ketentuannya mengandung ide-ide atau konsep-konsep yang boleh digolongkan abstrak, yang idealnya meliputi ide tentang keadilan, kepastian dan kemanfaatan sebagaimana diungkapkan oleh Gustav Radbruch.[56]

Persoalan konsumen untuk memperoleh perlindungan sebagai bagian dari suatu sistem hukum akan berkaitan dengan upaya mewujudkan ide-ide tersebut. Bahkan seringkali negara ikut campur tangan karena adanya kekuatan pengaruh yang menuntut hal demikian agar bekerjanya hukum dapat efektif, khususnya dalam hal ini adalah mengenai penyelenggaran struktur hukum yang berupa lembaga-lembaga penegak hukum sebagai sarana bagi pihak yang dirugikan untuk memperoleh keadilan. Dengan demikian diharapkan sistem hukum publik dalam upaya perlindungan konsumen dapat berjalan dengan baik.

Keterlibatan Negara atau pemerintah saja belum cukup dapat mejamin terpenuhnya atau jalannya suatu sistem hukum karena dalam suatu sistem menurut Lawrence M. Friedman meliputi tiga hal yaitu subtansi hukum, struktur hukum, dan kultural hukum. Dalam kaitannya fungsi hukum sebagai sarana rekayasa sosial (*social engineering*) agar hukum (termasuk Undng-Undang Nomor 8 Tahun 1999) bisa menentukan corak hidup masyarakat (yang dalam hal ini corak hidup masyarakat maupun pelaku usaha) bukanlah hal yang

[56] Auliah Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen,* (Yokyakarta: Pustaka Baru Press.2018) h.99

mudah, sebab banyak faktor yang mempengaruhinya. Disamping bahwa dalam setiap individu akan tergantung pada pilihan-pilihan individu secara rasional untuk taat atau tidak taat kepada ketentuan hukum yang berlaku (Undang-Undang No. 8 Tahun1999).

Bekerjanya hukum dapat dikatakan baik dan efektif bila melibatkan tiga komponen dasar yaitu pembuat hukum, birokrat pelaksana dan pemegang peran. Setiap anggota masyarakat (para konsumen dan pelaku usaha) sebagaimana pemenganag peran, perilakunya ditentukan olrh pola peranan yang diharapkan darinya, namun bekerjanya harapan itu ditentukan faktor-faktor lainya. Faktor-faktor tersebut adalah: sanksi yang terdapat dalam peraturan, aktivitas dari lembaga atau badan pelaksana hukum, dan seluruh kekuatan sosial, politik dan lainnya yang bekerja atas dari pemegang peran.[57] Maka dalam melakukan promosi baik konsumen maupun pelaku usaha harus mengetahui hak-hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Agar tidak taerjadinya kerugian dari sebuah transaksi yang dilakukan. Sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

1. Hak Dan Kewajiban konsumen

a. Hak konsumen yang diatur dalam pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu:[58]

1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa;

[57] Auliah Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen*,... h.99-100

[58] Akbar Tanjung, *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: 20 April 1999 Fdf. (diakses pada 2 Jnuari 2020)

2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukur dan kondisi dan jaminan yang dijanjikan;
3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kodisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/jasa yang digunakan;
5) Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan upaya penyelasaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7) Hak untuk diperlakukan dan dilayani secara benar dan jujur serta tidak deskriminatif;
8) Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9) Hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Berdasarkan beberapa uaraian mengenai hak-hak yang dimiliki konsumen. Terdapat hak yang terpenting dan sering disebut yaitu, hak untuk memperoleh jaminan atas keamanan dan keshatan dari penggunaan barang atau produk yang dijual oleh pelaku usaha. Dimana hak ini berkaitan dengan hak konsumen yang lain, yaitu hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan jujur mengenai bagimana

penggunaan barang atau produk tersebut. Selain dari hak memperoleh informasi yang jelas dan jujur juga perlu diberikan pembinaan agar tidak terjadi kesalahan dalam penggunaan barag atau produk tersebut.

Hak selanjutnya yang paling dibutuhkan oleh konsumen adalah hak untuk didengarkan keluhannya. Dimana pelaku usaha harus memberikan kompensasi, ganti rugi atau penggantian terhadap produk atau barang tersebut apabila barang atau produk tersebut tidak sesuai dengan yang dijanjikan oleh pelaku usaha pada konsumen. Untuk itu sangat penting bagi konsumen untuk memperhatikan apabila hak-haknya dilanggar.

Maka hak konsumen yang berkaitan dengan promosi yaitu dalam ayat 2, 3, dan 8. yaitu: Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukur dan kondisi dan jaminan yang dijanjikan; Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kodisi dan jaminan barang dan/atau jasa; Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

b. Dalam pasal 5 dijelaskan kewajiban konsumen adalah:

1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;

2) Beretikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang da/atau jasa;
3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Adapun kewajiban konsumen dalam bertransaksi telah dijelaskan dalam pasal 5 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen. Bahwa konsumen harus beretikad baik dalam melakukan transaksi. Konsumen juga diwajibkan membayar dengan nilai tukar yang disepakatai. Kewajiban-kewajiban tersebut haruslah dipenuhi oleh konsumen. Hal tersebut agar konsumen lebih berhati-hati ketika melakukan transaksi ekonomi dan perdaganggan. Dengan cara seperti itu, setidaknya konsumen dapat terlindung dari kemungkinan-kemungkinan masalahyang menghampirinya.

2. Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha

a. Dalam Pasal 6 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dijelaskan hak pelaku usaha adalah:[59]
   1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/jasa yang diperdagangkan;

[59] Akbar Tanjung, *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: 20 April 1999 Fdf. (diakses pada 2 Jnuari 2020)

2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam peneylesaian hukum sengketa konsumen;
4) Hak untuk rehabilitas nama biak apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/jasa yang diperdagangkan.
5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/jasa yang diperdagangkan, menujukan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang dan/jasa yang diberikan kepada konsumen kurang atau tidak memadai.

Dalam melakukan transaki jual beli, hak-hak pelaku usaha telah dijelaskan diatas. Terdapat 5 hak pelaku usaha dalam bertransaksi.

b. Dalam Pasal 7 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dijelaskan kewajiban pelaku usaha adalah:
1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya:
2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;

3) Memperlakukan dan melayani monsumen secara benar dan jujur serta tidak diskrimintif.
4) Menjamin mutu barang dan /jasa yang diproduksikan dan/atau diperdagangkan berdsarkan ketentuan standar mutu barang/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/jasa tertentu serta memberi jaminan dan/jasa garansi atas barang yang dibuat dan/jasa yang diperdagangkan;
6) Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan atas kerugian akibat penggunaan, pemakian dan pemanfaatan barang da/atau jasa yang diperdagangkan;
7) Memberi kompenasasi, ganti rugi dan/atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Maka dalam melakukan promosi haruslah dilakuan secara benar, jelas dan jujur. Pelaku usaha diwajibkan memberikan informasi secara jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan suatu barang. Serta menjelaskan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharan serta memberikan kompensasi. Agar tidak ada pihak yang dirugikan, terutama bagi konsumen. Karena informasi merupakan hak konsumen. Apabila pelaku usaha memberikan informasi atau

penjelasan tentang yang kuarang memadai kepada konsumen, maka hal tersebut merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi) yang dapat merugikan konsumen.

Pencantuman informasi promosi bagi konsumen sangat penting. Karena dari informasi tersebut konsumen dapat mengetahui barang atau produk yang sedang di promosikan. Jika barang yang dipromosikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan, maka kewajiban pelaku usaha memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan atas kerugian akibat penggunaan, pemakian dan pemanfaatan barang da/atau jasa yang diperdagangkan.

BAB III

GAMBARAN UMUM INDOMARET

A. Sejarah Berdirinya Indomaret

Awal terbentuknya perusahaan ini dimulai dari sebuah toko Indomaret yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari yang pertama kali dibuka pada tanggal 20 Juni tahun 1988 di Ancol, Jakarta Utara di kelola oleh PT Indomaret Primatama dengan nama Indomart. PT Indomarco Prismatama disebut sebagai indomaret merupakan jaringan ritel waralaba di Indonesia. Indomaret adalah anak perusahaan dari Salim Group. Usaha ini mulai berkembang ketika PT. Indomarco Prismatama Indomaret membentuk konsep penyelengaraan gerai yang berlokasi dekat dengan hunian konsumen, melayani masyarakat banyak yang bersifat majemuk, serta memiliki luas toko sekitar 200m2.[60]

Pada tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, setelah meiliki lebih dari 230 gerai. Jumlah gerai hingga tahun 2015 yaitu 11.400 gerai dengan rincian 60% milik pribadi dan sisanya waralaba milik masyarakat. Sampai dengan awal tahun 2017, jumlah gerai sebanyak 13.000 toko. Dengan menjalankan usaha waralaba meliputi: koperasi, badan usaha dan perorangan. Indomaret tersebar merata dari Jawa, Sumatra, Madura, Bali, NTB, Kalimantan, Sulawesi, dan Ambon.[61]

---

[60] Keanshihab Is'ad Hakim dkk, *Tugas Besar Mata Kuliah Permodalan Prose,* AcademiaEdu, Bandung:2019. (diakses pada 14 Juni 2020)

[61] https://id.m.wikipedia.org/wiki/Indomaret

Indomaret mudah dijumpai di daerah perumahan, gedung perkantoran dan fasilitas umum karena penempatan loksi gerai didasrkan pada moto "mudah dan hemat". Lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan nonmakanan tersedia dengan harga bersaing, dalam memenuhi hampir semua kebutuhan masyarkat sehari-hari. Didukung oleh 12 pusat distribusi, yang menggunakan teknologi mutakhir, Indomaret merupakan aset bisnis yang sangat menjanjiakan.[62]

Pada saat ini mini market Indomaret telah berkembang dengan pesat, hingga keberbagai daerah termasuk pulau Sumatra. Untuk Sumatra kantor pusatnya ada di Palembang. Kota Bengkulu masih satu cabang dengan Indomaret Palembang, Mini market Indomaret juga terdapat dibeberapa Kecamatan yang ada dikota Bengkulu tersebut yaitu: Kecamatan Taba Penajung, Kecamatan Karang Tinggi, Kecamatan Kembang Seri, Kecamatan Pekik Nyaring, Kecamatan Pasar Pedati Dan Kecamatan Pondok Kelapa.

B. Letak Geografis Indomaret

Kabupaten Bengkulu Tengah Propinsi Bengkulu secara geografis baerada di 102 28' 913" -102 0 31' 198" Bujur Timur dan 3 0 44' 183" – 3 0 46' 730" Lintang Utara, yang meliputi 10 (sepuluh) kecamatan. Lokasi Indomaret ini terletak di jalan raya Kabupaten Bengkulu Tengah terdapat 6 (enam) Indomaret yang berada dibeberapa titik yaitu: Indomaret Kecamatan Kembang Seri,

[62] Panji Rahman dkk, *Sistem Informasi Indomaret Dalam Penjualan,* AcademaEdu: 2016. (diakses pada 14 Juni 2020)

Indomaret Kecamatan Karang Tinggi, Indomaret Kecamatan Taba Penanjung, Indomaret Kecamatan Pekik Nyaring, Indomaret Kecamatan Pasar Pedati dan Indomaret Kecamatan Pondok Kelapa. Masyarakat menilai berbelanja di Indomaret karena lebih aman dan nyaman karena didukung oleh fasilitas yang lengkap mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga kebutuhan pokok yang beragam tersedia di Indomaret.[63]

C. Jam Oprasional Indomaret

Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah memiliki jam oprasional setiap harinya yaitu, mulai dari jam 06:40 Am – 10:45 Pm. Pada setiap 6 (enam) Indomaret di Kabupaten Bengkulu Tengah untuk jam oprasionalnya sama mulai dari buka hingga tutup toko setiap harinya.

D. Visi, dan misi Indomaret

Adapun yang menjdai misi dari mini market Indomaret yaitu: “menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global”. Sedangkan misi mini market Indomaret yaitu: “menigkatkan pelayanan terbaik sehingga kepuasan pelangan menjadai sarana utama yang harus dapat dipenuhi”.[64]

[63] Obsevasi pada hari sabtu 18 April 2020 pukul 10:00 WIB
[64] Observasi pada hari sabtu 18 April 2020 pukul 10:00 WIB

Visi dan misi perusahaan juga didukung oleh moto dari Indomaret yaitu: “mudah dan hemat”. Selanjutnya yang menjadi budaya perusahan yakni dalam bekerja kami menjunjung nilai-nilai:

1. Kejujuran, kebenaran dan keadilan
2. Kerja sama tim
3. Kemajuan melalui inovasi yang ekonomis
4. Kepuasan pelangan

E. Struktur Organisasi Indomaret

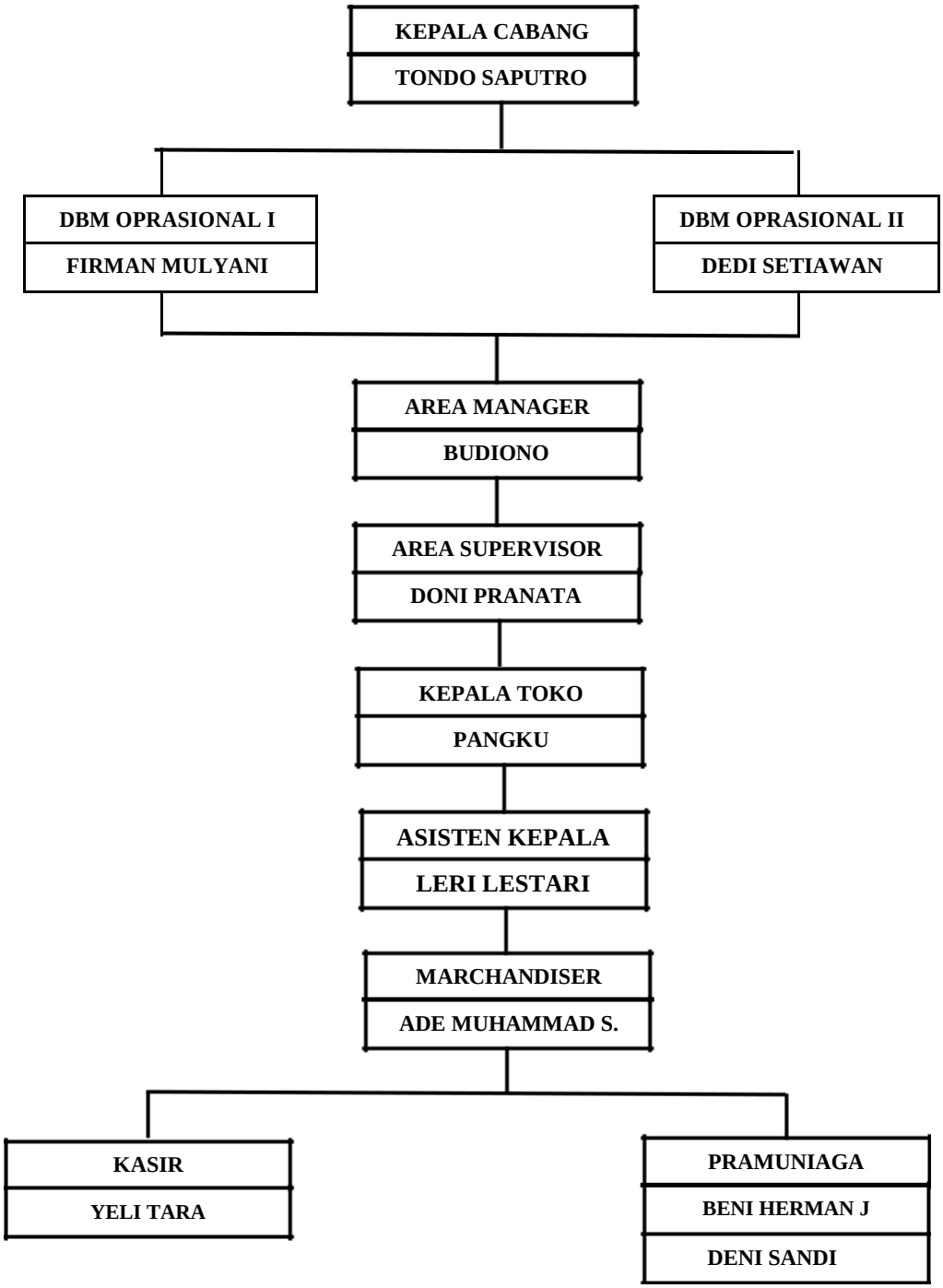
Dalam menjalankan kegiatan perusahaan, salah satu syarat yang harus diperhatikan adanya struktur organisasi yang baik dan tersusun rapi untuk kelancaran oprasional perusahaan. Untuk itu perlu menjalin kerjasama yang harmonis antara sesama karyawan serta pembagian tugas. Hal ini bertujuan agar setiap bagian atas personil dalam perusahaan mengetahui dengan jelas apa yang menjadi tugas, wewenang dan tanggung jawabnya supaya tidak terjadi tumpang tindih dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya.

Struktur organisasi yang baik merupakan salah satu syarat dalam mecapai sukses kegiatan perusahaan. Hal ini tanpa struktur organisasi yang baik kemungkinan besar kegiatan pemasaran tidak dapat berjalan dengan baik, sehingga tujuan peruhaan tidak dapat tercapai. Jadi dengan melihat struktur organisasi, maka dapat diketahui hubungan-hubungan antara pemimpin dan bawahan serta sebaliknya. Dengan demikian pula garis wewenang dan tanggug

jawab dari hubungan tersebut dapat terdistribusi dengan baik dan pendelegaian wewenang dapat berjalan dengan baik pula.

STRUKTUR ORGANISASI CABANG PALEMBANG

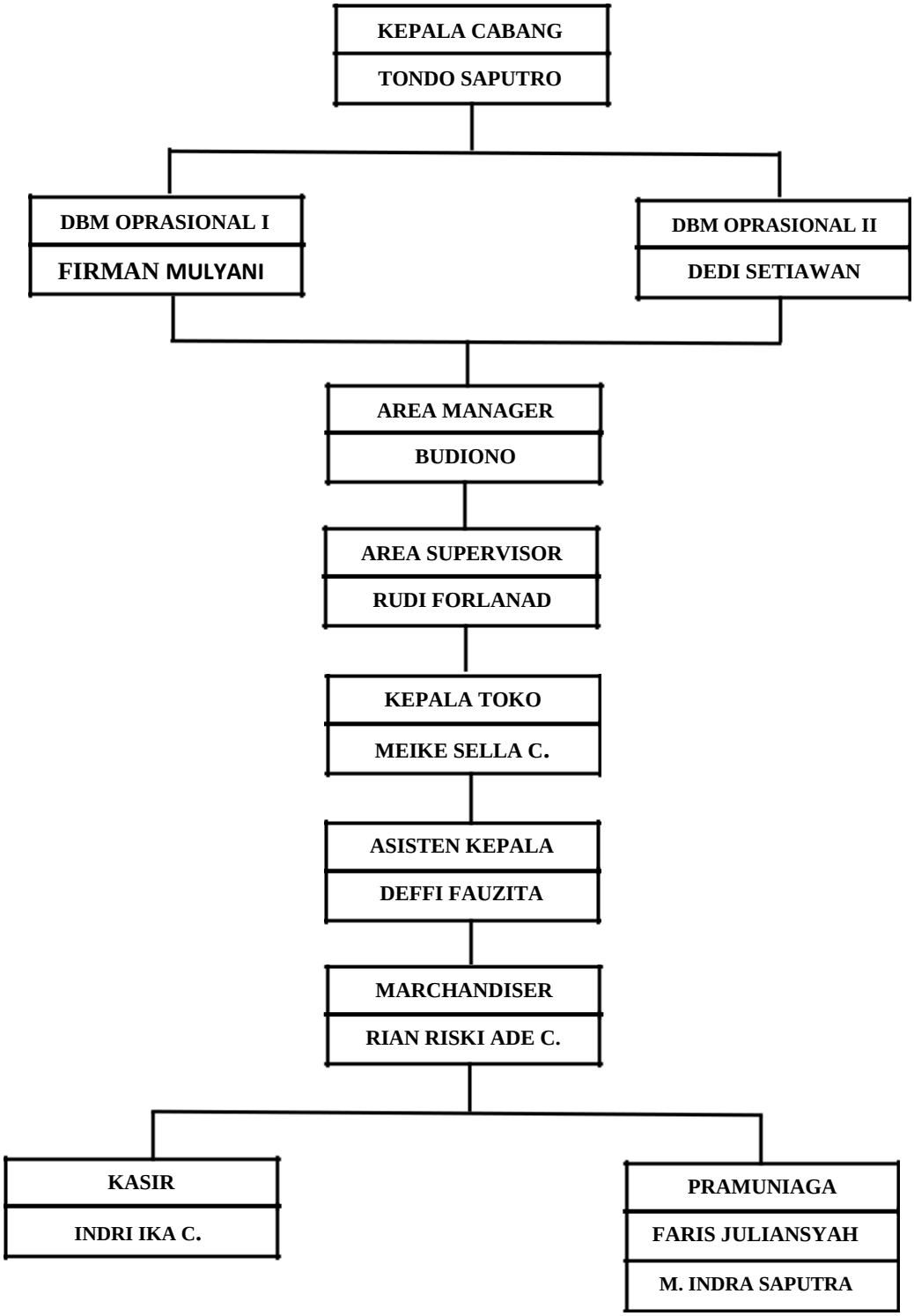
BAGIAN PASAR PEDATI KABUPATEN BENGKULU TENGAH



STRUKTUR ORGANISASI CABANG PALEMBANG

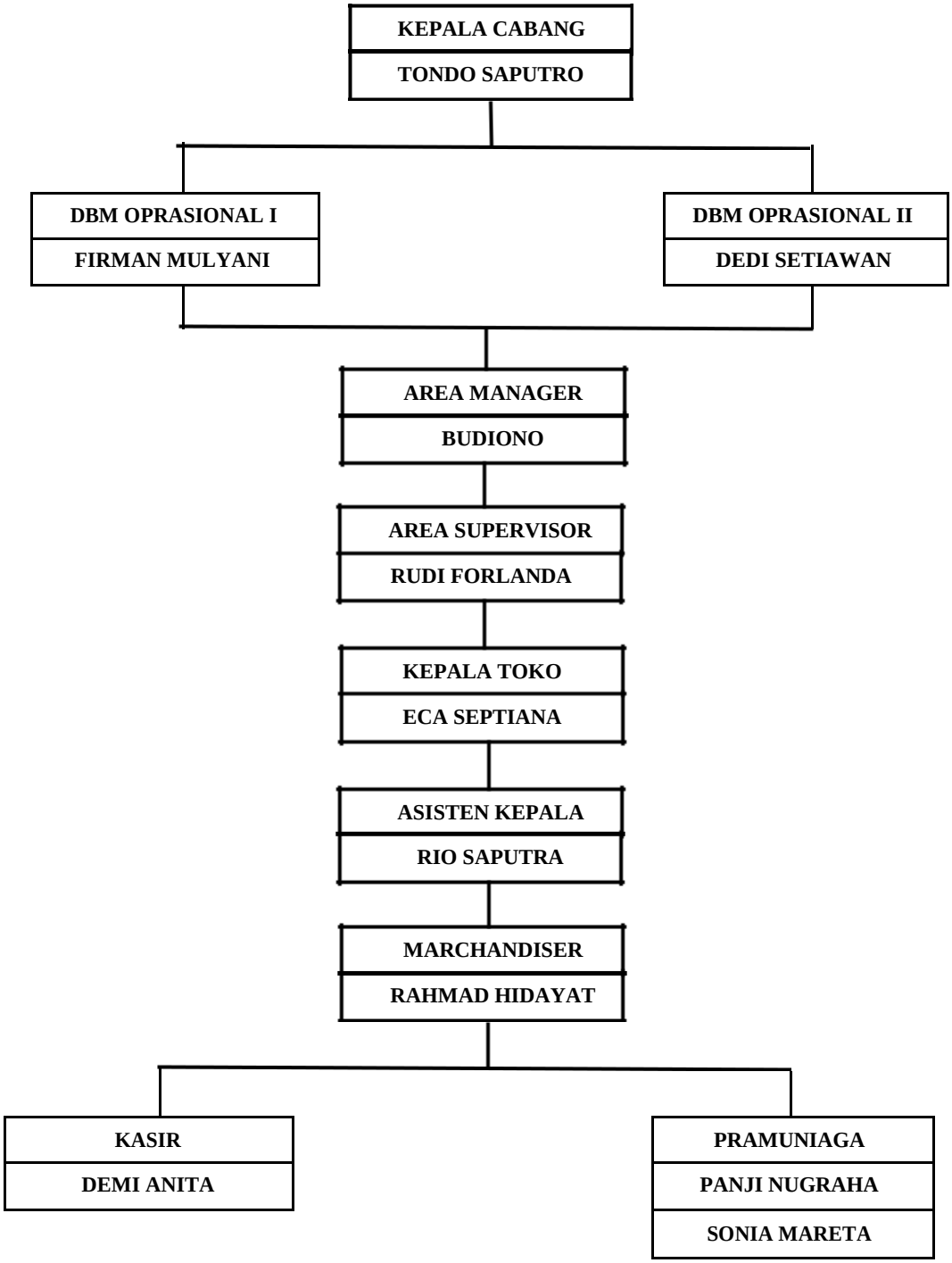
BAGIAN TABA PENANJUNG KABUPATEN

BENGKULU TENGAH



STRUKTUR ORGANISASI CABANG PALEMBANG

BAGIAN KARANG TINGGI KABUPATEN BENGKULU TENGAH



Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, hanya terdapat 3 (tiga) struktur organisasi di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah. Karena hanya 3 (tiga) Indomaret ini, yang memberikan izin untuk melakukan penelitian yaitu: Indomaret Kecamatan Pasar Pedati, Indomaret Kecamatan Taba Penanjung dan Indomaret Kecamatan Karang Tinggi.

BAB IV

SISTEM PROMO DALAM PRAKTIK JUAL BELI PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF

A. Sistem Promo Dalam Praktik Jual Beli Di Indomaret

1. Pelaksanaan Promosi Di Indomaret

Dalam rangka mencari informasi atau data tentang sistem promosi pada Indomaret. Yang diperlukan dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah. Dengan melakukan wawancara kepada tiga orang karyawan toko Indomaret di Kabupaten Bengkulu Tengah yang berhubungan dengan masalah yang diangkat.

Di lapangan peneliti menemukan sistem promosi yang dilakuakn oleh pihak Indomaret yaitu:

a. Menempel harga promo

Berdasarkan hasil wawancara dari Pangku Fatullah pada Indomaret Pasar Pedati di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: Sistem promo dilakukan dengan cara menempel harga promo pada setiap rak barang. Kemudian harga promo disebarkan bardasarkan item-item barang promo. Promosi dilakukan dengan bebrapa cara yaitu: dengan cara memasang *banner* dan sapanduk, yang ditempel di kaca, digantung di atas rak, di tempel di atas meja berupa gambar dan harga promo. Serta dengan cara promosi langsung kepada konsumen. Promosi tersebut yaitu dengan

menyampaikan secara langsung pada konsumen bahwa, sedang ada promosi barang-barang tertentu.[65]

Sama halnya yang disampaikan oleh Meike Sella Caronila pada Indomaret Taba Penanjung di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: cara mereka melakukan promosi, dengan menginformasikan barang promosi dengan konsumen secara langsung, dan juga menempel barang-barang yang promo pada setiap rak barang promo. Juga memasang *banner* dan sanduk yang di pajang didalam ruangan.[66]

Senada dengan yang disampaikan oleh Rio Saputra Saputra pada Indomaret Karang Tinggi di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: Cara promosi yang mereka lakukan yaitu: promosi dengan cara menempel harga pada setiap rak barang. sehingga konsumen tidak perlu bertanya barang apa saja yang sedang promo. Juga dengan memasang *benner*, *benner* ini ada dua banner in yaitu pemasangan semacam list harga yang tetera pada sebuh kertas berukuran sendang berupa gambar dan harga barang promo dan dipasang didalam ruangan, dan ada juga *banner out* yaitu sepanduk yang di pasang diluar rungan, itu biasanya untuk promo bulanan. Jadi kami promosi di depan toko dengan membuat sebuah stand promosi.[67]

---

[65]Pangku Fatullah Fatullah, Wawancara kepala toko Indomaret Pasar Pedati Kab. Bengkulu Tengah 3 juli 2020

[66]Meike Sella Caronila, Wawancara kepala toko Indomaret Taba Penanjung Kab. Bengkulu Tengah 5 Juni 2020

[67]Rio Saputra Saputra, Wawancara karyawan Indomaret Karang Tinggi Kab. Bengkulu Tengah 4 juli 2020

Dari penjelasan diatas menujukkan bahwa sistem promosi yang dilakukan oleh pihak Indomaret yaitu ada tiga cara yang pertama: memenempel harga pada rak barang; melaului banner in atau banner out; dan memasang sepanduk serta menawarkan secara langsung kepada konsumen yang sedang berbelanja.

b. Mengurangi harga dari harga normal

Seperti yang diungkapkan oleh Pangku Fatullah Fatullah selaku kepala toko pada Indomaret Pasar Pedati di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: Promosi yang dilakukan oleh pihak Indomaret dengan cara, mengurangi dari harga normal barang. pada setiap harinya, barang-barang promo berbeda-beda. Untuk ketetapan harga promosi itu memang sudah ada ketetapan dari kantor cabang. Kantor cabang Bengkulu masih masuk cabang Palembang. Dalam penetapan harga promo, disetiap Indomaret di Kabupaten bengkulu Tengah tidak ada perbedaan harga. Karena harga promo berbentuk nasional. Promo dilakukan tanpa adanya kenaikan harga baru dilaukan pemotongan harga barang. Jadi pihak Karyawan hanya memasang label promo yang dikirim melalui jaringan masing-masing Toko. Biasanya pengiriman harga promo itu dialkukan pada pukul 24:01 Pm. Jadi kariwayan hanya menyebarkan harga promo pada setiap item rak

barang.[68]

[68] Pangku Fatullah Fatullah, Wawancara kepala toko Indomaret Pasar Pedati Kab. Bengkulu Tengah 3 juli 2020

Berdasarkan hasil wawancara dari Meike Sella Caronila pada Indomaret Taba Penanjung di Kabupaten Bengkulu Tengah menyatkan bahwa: promo yang dilakukan oleh pihak Indomaret memang adanya potongan harga dari harga normal barang. jadi potongan itu diberikan dari harga normal barang, tanpa adanya perubahan harga awal barang. Dan bisanya harga yang ditetapkan disetiap Indomaret sama. Jika terdapat perbedaan harga promo itu karena pajak toko yang membedakan. Promo sudah ada ketentuan dari kantor cabang toko Indomaet. Biasanya yang melalukan pemasangan harga tersebut adalah kasir toko dan dibantu oleh karyawan lainnya.[69]

Berdasarkan hasil wawancara dari Rio Saputra pada Indomaret Karang Tinggi di Kabupaten Bengkulu Tengah menyatakan bahwa: promosi yang dilakukan terdapat potongan harga di sana, yaitu dari kantor cabang palembang. Biasanya harga promo sama disetiap Indomaret. Jika terdapat perbedaan harga itu karena pajak toko yang membedakan. Selisih harga bisanya tidak jauh hanya berkisar ratusan hingga seribu rupiah saja. Harga promo yang diberikan oleh pihak Indomaret pasti lebih murah dari harga biasanya. Pada label promo juga tertera harga awal barang sebelum dipromo. Jadi konsumen dapat melihat dan menghitung berapa besar potongan harga yang diberikan oleh pihak Indomaret tersebut.[70]

---

[69]Meike Sella Caronila, Wawancara kepala toko Indomaret Taba Penanjung Kab. Bengkulu Tengah 5 Juni 2020

[70]Rio Saputra Saputra, Wawancara karyawan Indomaret Karang Tinggi Kab. Bengkulu Tengah 4 juli 2020

Dari penjelasan diatas menujukkan bahwa, promosi dilukan dari harga normal barang. Pemotongan harga itu dari kantor cabang Indomaret yaitu dari Palembang. Harga promo di Kabupaten Bengkulu Tengah sama yaitu tidak ada perbedaan harga. Hanya saja jika terdapat perbedaan harga promo disebabkan oleh pajak masing-masing toko. Namun bisanya perbedaannya harga promo tidak jauh berbeda, berkisar saratus rupiah hingga seribu rupiah saja. Penggantian label harga promo dilakukan oleh kasir toko dan dibantu oleh kariwan yang bekerjad pada hari itu. Pengantian harga dilakukan pada setiap jam 24:01 pm setiap harinya.

2. Faktor dan Solusi Perubahan Harga Promo

Faktor terjadinya perubahan harga promo disebabkan oleh kelalain pihak karyawan Indomaret. Kelalaian pihak karyawan Indomaret di Kabupaten Bengku Tengah adalah ketika konsumen membeli barang promo yang dipajang pada rak. harga promo yang diberikan pihak kasir adalah harga baru dan lebih tinggi. Setelah kariawan toko mengecek harga promo yang tertera pada label, harga tersebut berubah karena promo sudah tidak berlaku lagi. Harga promo kembali menjadi harga normal padahal label promo lama masih terpajang di rak.

Kelalaian pihak Indomaret di Kabupaten Bengku Tengah adalah ketika harga promo lama tidak diganti dengan harga promo terbaru. dimana

saat membayar terdapat perbedaan harga. Seperti transaksi yang terjadi pada Indomaret Pasar Pedati Kabupaten bengkulu Tengah Harga promo GD. Time VT.Go Banana yang tertera pada label promo Rp 8.100,- saat pembayaran di kasir harga berubah menjadi Rp 8.400,-. Hal itu Juga terjadi pada Indomaret Kembang Seri Kabupaten Bengkulu Tengah dengan harga promo Kris Bee Pillow Rp 8.400,- dan Coco Bit Rp 5.300,- saat membayar dikasir harga berubah menjadi Kris Bee Piloow Rp 10.700,- dan Coco Bit Rp 6.700,-. Pada Indomaert Karang Tinggi juga terjadi hal yang sama harga promo Filma Rp 4.400,- saat membayar dikasir menjadi Rp. 4.500,-. Serta pada Indomaret Taba Penanjung harga promo Astor Rp 4.900,- saat membayar dikasir menjadi Rp. 6.200,-. Dan sedangkan untuk Indomaret Pekik Nyaring dan Pondok Kelapa sudah sesuai harga promo di rak dan di meja kasir.

Kelalaian yang dilakukan oleh pihak kariawan Indomaret di Kabupaten Bengku Tengah jelas-jelas merugikan konsumen. Dimana konsumen harus membayar dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang tertera pada rak harga. Walaupun pihak Indomaret di Kabupaten Bengku Tengah telah melakukan kelalain, namun pengelola bertanggungjawab atas hal yang dilakuakan pihak Indomaret di Kabupaten Bengku Tengah. Tanggungjawab tersebut berupa pengembalian uang sisa pembelian kepada konsumen, dan konsumen hanya membayar barang yang tertera pada label promo di rak toko.

Dalam rangka mencari informasi atau data tentang faktor terjadinya perubahan harga promo pada Indomaret yang diperlukan dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah. Dengan melakukan wawancara kepada tiga orang karyawan toko Indomaret di Kabupaten Bengkulu Tengah yang berhubungan dengan masalah yang diangkat.

Di lapanagn menemukan faktor-faktor terjadinya perubahan harga promosi oleh pihak Indomaret yaitu:

a. Kelalaian karyawan

Berdasarkan hasil wawancara dari Pangku Fatullah Fatullah pada Indomaret Pasar Pedati di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: sebenarnya itu bukan alasan, secara SOP (*Standard Oprating Procedure*) untuk pergantian harga sudah diatur oleh perusahaan untuk wajib mengganti, mengupdete, menyebarkan. Data yang diupdate setiap hari dari FTV kemudian disebarkan kesetiap rak toko. Itu bukan alasan pihak indomaret tidak mengganti harga itu karena kalalian tim personil toko tersebut dan tidak mejalankan SOP (*Standard Oprating Procedure*) penyebaran harga promo. Untuk di Indomaret ketentuan promosi ada beberapa macam, ada promosi HTH (hanya tiga hari), promo mingguan yaitu setiap tujuh hari sekali setelah 7 hari itu ada barang tertentu yang promo, dan juga ada *banner in* ketentuannya ada yang satu bulan dan ada juga yang dua minggu. serta

ada juga yang namnya PBI (produk yang promosi saat ini) biasanya berlaku selama satu bulan.[71]

Berdasarkan hasil wawancara dari Meike Sella Caronila pada Indomaret Taba Penanjung di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: karyawan terkadang malas mengganti harga promo. Karena banyaknya tugas yang mesti dilakukan. Tugas itu seperti membuat laporan setiap pagi, mengecek jika barang masuk dan masih banyak lagi. Juga karena setiap tiga hari ada promo. Ada promo HTH (hanya tiga hari) dan juga promo mingguan serta promo bulanan. jadi karena banyaknya barang promo di toko sehingga pihak karyawan belum sempat mengganti harga promo yang baru[72]

Berdasarkan hasil wawancara dari Rio Saputra pada Indomaret Karang Tinggi Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: penyebab harga promo di rak dan dikasir berbeda karena personil lupa mengganti price tag yang ada di rak. hal itu disebabkan karena banyaknya tugas-tugas atau banyaknya hal lain yang harus dikerjakan personil toko. sehingga menyebabkan lupa mengganti *Price Tag* promosi. Untuk di Indomaret ketentuan promosi ada beberapa macam, ada promosi HTH (hanya tiga hari), promo mingguan yaitu setiap tujuh hari sekali setelah 7 hari itu ada barang tertentu yang promo, dan juga ada *banner in* ketentuannya ada yang

[71]Bapak Pangku Fatullah, Wawancara kepala toko Indomaret Pasar Pedati Kab. Bengkulu Tengah 3 juli 2020

[72]Meike Sella Caronila, Wawancara kepala toko Indomaret Taba Penanjung Kab. Bengkulu Tengah 5 Juni 2020

satu bulan dan ada juga yang dua minggu, dan ada juga yang namanya PBI (produk yang promosi saat ini) biasanya berlaku selama satu bulan.[73]

Dari penjelasan diatas menujukkan bahwa berdasarkan secara SOP (*Standard Oprating Procedure*) untuk pergantian harga sudah diatur oleh perusahaan untuk wajib mengganti, mengupdete, menyebarkan harga promo. Namun bisa saja karena personil lupa mengganti price tag yang ada di rak. hal itu disebabkan karena banyaknya tugas-tugas atau banyaknya hal lain yang harus dikerjakan. sehingga personil toko lupa mengganti *Price Tag* promosi. Serta karena waktu promosi dilakuakan ada beberapa macam. ada promosi HTH (hanya tiga hari), promo mingguan yaitu setiap tujuh hari sekali. dan juga ada *banner in* ketentuannya ada yang dua minggu dan satu bulan. serta promosi PBI (produk yang promosi saat ini) biasanya berlaku selama satu bulan.

b. Ganguan jaringan toko

Berdasarkan hasil wawancara dari bapak Pangku Fatullah pada Indomaret Pasar Pedati di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: harga promo di rak dan dikasir berbeda disebabkan oleh faktor jaringan. Sehingga Karyawan tidak bisa mengupdate harga. Ganguan jaringan menyebabkan tidak bisa

[73]Rio Saputra Saputra, Wawancara karyawan Indomaret Karang Tinggi Kab. Bengkulu Tengah 4 juli 2020

mendownload data yang dikirim oleh HRD (*Human Resources Develompment*) ke FTV masing-masing Indomaret. Hal itu jarang terjadi hanya sesekali saja.[74]

Berdasarkan hasil wawancara dari Meike Sella Caronila pada Indomaret Taba Penanjung di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: faktor dari jaringan juga bisa membuat harga di rak dan di kasir bebeda. Karena pernah sesekali tidak bisa mendownload karena jaringan komputer yang bermasalah. Juga dapat disebabkan karena komputer sedang eror, sehingga harga belum terupdate. [75]

Berdasarkan hasil wawancara dari bapak Rio Saputra pada Indomaret Karang Tinggi di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: tidak pernah terjadi ganguan toko di Indomaret Karang Tinggi. selama saya bekerja disini. tapi untuk komputer eror saat ngasir pernah terjadi.[76]

Dari penjelasan diatas menujukkan bahwa, faktor penyebab harga di rak dan di kasir berbeda karena jaringan toko mengalami gangguna. Kejadian ini tidak terjadi disemua Indomaret. Faktor lainnya karena saat mendownload harga promo komputer mengalami eror. Sehingga harga promo belum bisa dicetak oleh komputer toko.

---

[74]Pangku Fatullah Fatullah, Wawancara kepala toko Indomaret Pasar Pedati Kab. Bengkulu Tengah 3 juli 2020

[75]Meike Sella Caronila, Wawancara kepala toko Indomaret Taba Penanjung Kab. Bengkulu Tengah 5 Juni 2020

[76]Rio Saputra Saputra, Wawancara karyawan Indomaret Karang Tinggi Kab. Bengkulu Tengah 4 juli 2020

c. Tindakan yang diambil saat konsumen komplen

Di Indomaret Kabuapten Bengkulu Tengah, pernah terjadi komplen. Pihak kasir pernah mendapat komplen dari konsumen karena harga promo di rak dan kasir berbeda hal itu disebabkan oleh karyawan lupa mengganti harga promosi tersebut. biasanya pihak kasir menjelaskan bahwa harga promo tersebut belum di up date. Jadi pihak kasir menyerahkan pilihan kepada konsumen untuk membeli atau membatalkan pembelian dan biasanya konsumen memakulumi hal itu.

Berdasarkan hasil wawancara dari Pangku Fatullah Fatullah pada Indomaret Pasar Pedati di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: bahawasanya pihak karyawan Indomaret pernah mendapat komplen dari konsumen. Beliu menyatkan, biasanya pihak kasir menjelaskan bahwa harga promo tersebut belum di up date. Jadi konsumen herhak memutuskan jadi atau tidak membeli barang promosi tersebut. Dari SOP (*Standard Oprating Procedure*) Perusahan. Tindakan yang diambil, apabila terjadi selisih harga maka pelangan berhak mendapatkan harga termurah. Jadi bila terjadi komplen harga yang dipakai adalah harga yang termurah yang tertera pada rak barang. Karena hl itu kelalaian karyawan jadi yang bertanggung jawab atas kerugian tersebut adalah kasir toko yang bekerja pada hari terjadinya komplen tersebut. [77]

[77] Pangku Fatullah Fatullah, Wawancara kepala toko Indomaret Pasar Pedati Kab. Bengkulu Tengah 3 juli 2020

Berdasarkan hasil wawancara dari Meike Sella Caronila pada Indomaret Taba Penanjung di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: pihak kasir pernah mengalami komplen dari konsumen. Namun mereka menyerahkan pilihan kepada konsumen untuk membeli atau membatalkan pembelian. Dan sebagian juga ada konsumen yang memaklumi hal tersebut, setelah kami memberi penjelasan. Bahwa barang tarsebut sudah kembali pada harga normal barang. Jika konsumen melakukan komplen, biasanya kami pihak kasir akan mengembalikan uang sejumlah senilai deangan harga barang promosi yang di beli. Biasanya mereka mau terima dengan alasan harga tersebut tidak berlaku lagi dan pihak karyawan belum mengganti harga terbaru.[78]

Berdasarkan hasil wawancara dari bapak Rio Saputra pada Indomaret Karang Tinggi di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: pernah terjadi komplen dari konsumen. Dan rata-rata mereka konsumen memaklumi hal tersebut. Terjadinya komplen disebakan karena karyawan lupa mengganti harga promosi tersebut. Biasanya pihak kasir toko Indomaret mengembalikan keputusan melanjutkan transaksi atau membatalkan pembelian barang. Baliau juga menyatkan, jika pihak konsumen komplen yang dilakukan

[78] Meike Sella Caronila, Wawancara kasir toko Indomaret Taba Penanjung Kab. Bengkulu Tengah 5 Juni 2020

oleh kasir yaitu memberikan harga terendah. dan sisanya akan ditanggung oleh karyawan atau kasir toko yang bekerja pada hari itu.[79] Dari penjelasan di atas menujukkan bahwa jika konsumen melakukan komplen, jika dilihat dari SOP (*Standard Oprating Procedure*) Perusahan apabila terjadi selisih harga maka pelangan berhak mendapatkan harga termurah atau pihak kasir akan mengembalikan uang sejumlah senilai deangan harga barang promosi yang dibeli. Namun jika pihak konsumen komplen kasir akan memberikan harga terendah dan sisanya akan ditanggung oleh karyawan atau kasir toko.

3. Tujuan Promo Pada Indomaret

Dalam rangka mencari informasi atau data tentang tujuan pihak Indomaret melakukan promo yang diperlukan dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah. Dengan melakukan wawancara kepada tiga orang karyawan toko Indomaret di Kabupaten Bengkulu Tengah yang berhubungan dengan masalah yang diangkat.

Di lapanagn menemukan alasan-alasan dilakukannya promosi oleh pihak Indomaret yaitu:

a. Memberi informasi (*Informing*)

[79]Rio Saputra Saputra, Wawancara karyawan Indomaret Karang Tinggi Kab. Bengkulu Tengah 4 juli 2020

Menginfomasikan produk adalah upaya yang dilakukan produsen untuk memberitahu, membujuk/ mempengaruhi calon konsumen untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan yaitu disebut dengan promosi.[80]

Seperti yang diungkapkan oleh Pangku Fatullah Fatullah selaku kepala toko pada Indomaret Pasar Pedati di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: alasan dilakukanya promosi yaitu untuk menawarkan atau menginformasikan pada konsumen. bahwa sedang ada promo barang-barang tertentu, dengan harga yang lebih murah dari harga barang dihari biasanya. Sehingga konsumen mendapat potongan harga ketika berbelanja barang promo yang ditawarkan pada saat itu.[81]

Hal ini senada dengan yang dinyakan oleh Meike Sella Caronila pada Indomaret Taba Penanjung di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: promo dilakakuan agar konsumen mengetahui barang-barang promo apa saja yang sedang beralangsung saat itu. Jadi karyawan Indomaret mempromosikan barang promo tersebut agar konsumen tahu produk apa saja yang sedang diadakan promo.[82]

---

[80]Daryanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Satu Nusa. 2011 Cet.1) h.104

[81]Pangku Fatullah Fatullah, wawancara Kepala Toko Indomaret Pasar Pedati Kab. Bengkulu Tengah 3 Juni 2020

[82]Meike Sella Caronila Carolina, Wawancara Kepala Toko Indomaret Taba Penanjung Kab. Bengkulu Tengah 5 Juni 2020

Sama halnya di sampaikan oleh Rio Saputra Saputra pada Indomaret Karang Tinggi Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: promo dilakukan sebenarnya memang untuk memberi tahu calon konsumen. bahwa sedang terjadi promo pada barang-barag tertentu. dengan mendaptakan potongan harga yang pastinya lebih murah dari harga normal barang dihari biasanya. Sehingga konsumen lebih hemat dalam berbelanja.[83]

Dari penjelasan di atas menujukkan bahwa, alasan pihak Indomaret malakukan promosi adalah untuk memberi tahu bahwa sedang ada promo. Dengan ketentuan harga yang lebih murah dan hemat. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

b. Membujuk pelangan untuk membeli barang (*persuading*)

Sebagai penjual penting untuk mengetahui bagaimana cara mengubah ketertarikan atau *engagement* konsumen menjadi sebuah keputusan pembelian produk atau barang. Promosi lakukan agar pembeli berbelanja pada saat itu juga.

Seperti yang dikatakan oleh oleh Pangku Fatullah Fatullah selaku kepala toko pada Indomaret Pasar Pedati di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: Promo selain menginformasikan produk juga untuk membujuk konsumen untuk berbelanja barang di Indomaret. Sehingga kosumen tetarik untuk membeli barang yang

[83]Rio Saputra Saputra ,Wawancara karyawan Indomaret Karang Tinggi Kab. Bengkulu Tengah 4 Juni 2020

dipromosikan saat itu.dengan cara menawarkan kepad konsumen barang-barang promo[84]

Sama yang diungkapakan oleh Meike Sella Caronila pada Indomaret Taba Penanjung di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: promosi yang dilakukan untuk menarik minat kosumen untuk berbelanja saat itu juga pada barang-barang promo yang ditawarkan. Sehingga banyak barang promo yang terjual dan menambah penjulan.[85]

Hal ini juga sisampaikan oleh Rio Saputra Saputra pada Indomaret Karang Tinggi Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: promosi dilakukan untuk menarik minat berbelanja kosumen. Tujuan mempromosikan barang tesebut untuk meningkatkan penjualan pada barang. melalui cara promosi dengan harga yang lebih murah dan hemat.[86]

Dari penjelasan diatas menujukkan bahwa, alasan promo adalah untuk menarik minat belanja konsumen. Dengan cara memberi tahu konsumen bahwa promo dengan harga yang lebih murah. Sehingga konsumen lebih hemat dalam berbelanja.

c. Meningkatkan penjulaan (*reminding*)

---

[84]Pangku Fatullah Fatullah, wawancara Kepala Toko Indomaret Pasar Pedati Kab. Bengkulu Tengah 3 Juni 2020

[85]Meike Sella Caronila Carolina, Wawancara Kepala Toko Indomaret Taba Penanjung Kab. Bengkulu Tengah 5 Juni 2020

[86]Rio Saputra Saputra ,Wawancara karyawan Indomaret Karang Tinggi Kab. Bengkulu Tengah 4 Juni 2020

Tujuan pomosi dilakukan salah satunya mengingkatkan penjulan atau *reminding.* Mengingatkan pembeli bahwa produk dibutuhan dengan cepat, membuat pemebeli tetap ingat dengan produk walupun tidak sedang adanya promosi serta menja ingatan pembeli jatuh pada produk yang ditawarkan.[87]

Seperti yang diungkapkan oleh Pangku Fatullah Fatullah selaku kepala toko pada Indomaret Pasar Pedati di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: Tujuan promosi adalah untuk meningkatkan penjual pada Indomaret. dengan adanya promosi barang yang terjual juga akan lebih banyak karena konsumen melihat ada barang yang ditawarkan dengan harga yang relatif lebih murah dari harga normal barang tesebut. Sehingga penjualan pun bertambah dengan adanya promosi tersebut.[88]

Hal ini senada dengan yang dinyakan oleh Meike Sella Caronila pada Indomaret Taba Penanjung di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: tujuan dari promosi pasti untuk menmbah penjulan atau menigkatkan pendapatan Indomaret dengan harga promo secara tidak langsung mengajak kosumen untuk berbelanja lebih banyak dari biasanya karena harga yang lebih murah dan belum tentu dihari esok masih ada promo di harga yang sama.

---

[87] Lisdiana, (2018) *Tinjauan Hukum Islam Tentang PromosiDengan Menggunakan Hadiah* (Studi pada Alfamart Way Dadi Sukarame Bandar Lampung) Skripsi, Fakultas Syariah Universitas Isalam Negri Raden Intan Lampung.

[88] Pangku Fatullah Fatullah, wawancara Kepala Toko Indomaret Pasar Pedati Kab. Bengkulu Tengah 3 Juni 2020

Sehingga konsuem biasanya memanfaatkan momen promo untuk membeli barang dengan harga yang lebih hemat.[89]

Hal ini juga disampaikan oleh Rio Saputra Saputra pada Indomaret Karang Tinggi Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: tujuan promosi dilakukan agar menambah penjualan pada pihak Indomaret. sehingga keuntungan yang didapatkan lebih banyak. dan konsumen akan terpengaruh untuk berbelanja lebih banyak dari biasnya. karena sedang ada barang promosi dengan harga yang lebih murah.[90]

Dari penjelasan diatas menujukkan bahwa, tujuan dilakukannya promosi untuk meningkatkan penjualan. sehingga keuntungan yang didapatkan lebih banyak. dan konsumen akan terpengaruh untuk berbelanja lebih banyak dari biasnya.

d. Menghabiskan stok barang lama

Promosi dilakukan juga agar menghabiskan stok barang lama yang masih banyak sehingga dengan promosi barang cepat terjual. Itu pun menjadi tujuan dari promosi.

Seperti yang dikatakan oleh oleh Pangku Fatullah Fatullah selaku kepala toko pada Indomaret Pasar Pedati di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: promosi dilakukan juga untuk menghabiskan stok barang lama. beliau menyatakan, kami di sini hanya

---

[89] Meike Sella Caronila Carolina, Wawancara Kepala Toko Indomaret Taba Penanjung Kab. Bengkulu Tengah 5 Juni 2020

[90] Rio Saputra Saputra ,Wawancara karyawan Indomaret Karang Tinggi Kab. Bengkulu Tengah 4 Juni 2020

menerima informasi dari pihak kantor cabang mengenai barang-barang mana saja yang akan dilakukan promosi.[91]

Hal yang sama di ungkapkan oleh Meike Sella Caronila pada Indomaret Taba Penanjung di Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: promosi dilakukan agar stok barang lama cepat terjual. Sehingga tidak ada penumpukn barang yang bengitu banyak di toko.[92]

Hal senada yang disampaikan oleh Rio Saputra Saputra pada Indomaret Karang Tinggi Kabupaten Bengkulu Tengah mengungkapkan bahwa: promo dilakuakn agar mehabiskan stok barang lama memang benar. Terkadang barang yang sebentar lagi expayer (kadaluwarsa) dilakukan promo. Agar barang tesebut cepat habis. Dan tidak terjadi penumpukan barang digudang.[93]

Dari penjelasan diatas menujukkan bahwa, tujuan didilakukan promosi adalah agar tidak terjadi penumpukan barang. Sehingga untuk menghabiskan stok barang mereka pihak Indomaret melakukan promosi. Terutama bagi barang yang sebentar lagi akan habis masa berlakunya (expired).

---

[91]Pangku Fatullah Fatullah, wawancara Kepala Toko Indomaret Pasar Pedati Kab. Bengkulu Tengah 3 Juni 2020

[92]Meike Sella Caronila Carolina, Wawancara Kepala Toko Indomaret Taba Penanjung Kab. Bengkulu Tengah 5 Juni 2020

[93]Rio Saputra Saputra,Wawancara karyawan Indomaret Karang Tinggi Kab. Bengkulu Tengah 4 Juni 2020

B. Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif Terhadap Perubahan Harga Promo di Indomaret

1. Sistem Promo Pada Indomaret

a. Sistem promo ditinjau dari hukum Islam

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, ada dua sistem promo yang dilakukan oleh pihak Indomaret di Kabupaten Bengkulu Tengah yaitu: sistem menempel harga promo dan promosi dengan mengurangi harga dari harga normal. Dimana pihak Indomaret dalam melakukan promosi dengan cara menempel harga promo di rak. Promosi juga dilakukan dengan cara *banner* dan memasang spanduk promo. Pengurangan harga promo yang dilakukan oleh pihak Indomaret, dilakukan dengan cara mengurangi dari harga normal barang. Sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa prinsip dalam muamalah adalah boleh selama tidak ada dalil yang melarangnya.

Artinya:

“Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya” [94]

Maksud kaidah ini adalah bahwa dalam setiap muamalah dan Transaksi, pada dasarnya adalah boleh. Seperti jual beli, sewa menyewa, gadai, kerja sama, perwakilan dan lain-lain, kecuali yang tegas diharamkan karena mengakibatkan kemudaratan, tipuan, judi, dan

[94] Djazuli, *Kaidah-kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Dalam Hukum Islam Dalam Menyelesaikan Masalah-masalah Yang Praktis*, (Jakarta: Kencana 2011) h.103

riba.[95] Atas dasar kaidah tersebut maka hukum promosi penjulan pada dasarnya adalah boleh, selama dilakukan menurut cara yang dibenarkan oleh syariat, tidak menimbulkan bahaya dan *gharar*. Jadi dapat disimpulkan sistem promo yang dilakukan oleh pihak Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah diperbolehkan apabila jual beli tersebut menenuhi semua rukun dan syarat jual beli.

Rukun dan syarat jual beli adalah ketentuan dalam jual beli yang harus dipenuhi agar jual beli yang harus dipenuhi agar jual belinya sah menurut syara' (hukum Islam). Rukun dan syarat jual beli ada tiga yaitu:[96]

1) Pelaku transaksi, yaitu penjual dan pembeli.
2) Objek transaksi, yaitu harga dan barang.
3) Akad (Transaksi), yaitu segala tindakan yang dilaukan kedua belah pihak yang menunjukan mereka sedang melakuka transaksi, baik tindakan itu berbentuk kata-kata maupun perbuatan.

b. Sistem promo ditinjau dari hukum positif

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, ada dua sistem promo yang dilakukan oleh pihak Indomaret di Kabupaten Bengkulu Tengah yaitu: sistem menempel harga promo dan promosi dengan mengurangi harga dari harga normal. Dimana pihak Indomaret dalam

[95]Djazuli, *Kaidah-kaidah Fiqih...*, (Jakarta: Kencana 2011) h.103
[96]Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2012) h.102

melakukan promosi dengan cara menempel harga promo di rak. Promosi juga dilakukan dengan cara *banner* dan memasang spanduk promo. Pengurangan harga promo yang dilakukan oleh pihak Indomaret, dilakukan dengan cara mengurangi dari harga normal barang. Jika ditinjau dari hukum positif berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, sudah sesuai dan tidak melanggar aturan. Dimana dalam Pasal 7 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dijelaskan kewajiban pelaku usaha adalah:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan dan melayani monsumen secara benar dan jujur serta tidak diskrimintif.
4. Menjamin mutu barang dan /jasa yang diproduksikan dan/atau diperdagangkan berdsarkan ketentuan standar mutu barang/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/jasa tertentu serta memberi jaminan dan/jasa garansi atas barang yang dibuat dan/jasa yang diperdagangkan;

6. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan atas kerugian akibat penggunaan, pemakian dan pemanfaatan barang da/atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memberi kompenasasi, ganti rugi dan/atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Hal tersebut sudah dilakukan oleh pelaku usaha. Dimana ketika menawarkan dan menjual suatu produk. Yakni itikad baik saat menjalankan usahnya. Memberikan iformasi yang sebanrnya jelas, serta jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa serta memberikan kejelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan atas produk yang dijualnya. Tidak deskriminatif, sehingga dapat memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur. Jadi sistem promo yang dilakukan oleh pihak Indomaret sudah sesuai dengan ketentuan hukum positif.

2. Faktor Dan Solusi Terjadinya Promosi

a. Faktor Dan Solusi Terjadinya Promosi Ditinjau Dari Hukum Islam

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, faktor terjadinya perubahan harga promo disebabkan oleh kelalain pihak karyawan dan gangguan jaringan toko Indomaret. Kelalaian pihak karyawan Indomaret di Kabupaten Bengku Tengah adalah ketika konsumen membeli barang promo yang dipajang pada rak. harga promo yang

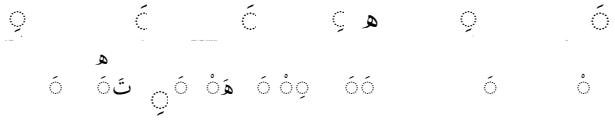
diberikan pihak kasir adalah harga baru dan lebih tinggi. Setelah kariawan toko mengecek harga promo yang tertera pada label, harga tersebut berubah karena promo sudah tidak berlaku lagi. Harga promo kembali menjadi harga normal padahal label promo lama masih terpajang di rak.

Kelalaian pihak Indomaret di Kabupaten Bengku Tengah adalah ketika harga promo lama tidak diganti dengan harga promo terbaru. dimana saat membayar terdapat perbedaan harga. Seperti transaksi yang terjadi pada Indomaret Pasar Pedati Kabupaten bengkulu Tengah Harga promo GD. Time VT.Go Banana yang tertera pada label promo Rp 8.100,- saat pembayaran di kasir harga berubah menjadi Rp 8.400,-. Hal itu Juga terjadi pada Indomaret Kembang Seri Kabupaten Bengkulu Tengah dengan harga promo Kris Bee Pillow Rp 8.400,- dan Coco Bit Rp 5.300,- saat membayar dikasir harga berubah menjadi Kris Bee Piloow Rp 10.700,- dan Coco Bit Rp 6.700,-. Pada Indomaert Karang Tinggi juga terjadi hal yang sama harga promo Filma Rp 4.400,- saat membayar dikasir menjadi Rp. 4.500,-. Serta pada Indomaret Taba Penanjung harga promo Astor Rp 4.900,- saat membayar dikasir menjadi Rp. 6.200,-. Dan sedangkan untuk Indomaret Pekik Nyaring dan Pondok Kelapa sudah sesuai harga promo di rak dan di meja kasir.

Kelalaian yang dilakukan oleh pihak kariawan Indomaret di Kabupaten Bengkulu Tengah jelas-jelas merugikan konsumen. Dimana konsumen harus membayar dengan harga yang lebih tinggi

dibandingkan dengan harga yang tertera pada rak harga. Walaupun pihak Indomaret di Kabupaten Bengku Tengah telah melakukan kelalain, namun pengelola bertanggungjawab atas hal yang dilakuakan pihak Indomaret di Kabupaten Bengku Tengah. Tanggungjawab tersebut berupa pengembalian uang sisa pembelian kepada konsumen, dan konsumen hanya membayar barang yang tertera pada label promo di rak toko.

Maka dengan dengan hal ini, jual beli tersebut sudah dilakukan dengan jujur, tanpa diiringi kecurangan-kecurangan dan sesuai dengan prinsip kerelaan dalam bertransaksi. Oleh karena itu, transaksi barulah sah apabila didasarkan keridhaan kedua belah pihak.



Artinya:

"Hukum asal dalam bertransaksi adalah keridhaan kedua belah pihak yang berakad, hasilnya adalah sahnya yang diakadkan."[97]

Jika ditinjau dari hukum Islam maka faktor dan solusi jual beli promosi sudah sesuai dengan ketentuan. Atas dasar hukum suka sama suka maka hukum jual beli yang dilakukan pihak Indomaret boleh. Karena tidak ada pemaksan di dalam akad jual beli tersebut.

b. Faktor Dan Solusi Terjadinya Promosi Ditinjau Dari Hukum Positif

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, faktor terjadinya perubahan harga promo disebabkan oleh kelalain pihak karyawan dan

[97] Djazuli, *Kaidah-kaidah Fiqih...*, (Jakarta: Kencana 2011) h.103

gangguan jaringan toko Indomaret. Kelalaian pihak karyawan Indomaret di Kabupaten Bengku Tengah adalah ketika konsumen membeli barang promo yang dipajang pada rak. harga promo yang diberikan pihak kasir adalah harga baru dan lebih tinggi. Setelah kariawan toko mengecek harga promo yang tertera pada label, harga tersebut berubah karena promo sudah tidak berlaku lagi. Harga promo kembali menjadi harga normal padahal label promo lama masih terpajang di rak.

Kelalaian pihak Indomaret di Kabupaten Bengku Tengah adalah ketika harga promo lama tidak diganti dengan harga promo terbaru. dimana saat membayar terdapat perbedaan harga. Seperti transaksi yang terjadi pada Indomaret Pasar Pedati Kabupaten bengkulu Tengah Harga promo GD. Time VT.Go Banana yang tertera pada label promo Rp 8.100,- saat pembayaran di kasir harga berubah menjadi Rp 8.400,-. Hal itu Juga terjadi pada Indomaret Kembang Seri Kabupaten Bengkulu Tengah dengan harga promo Kris Bee Pillow Rp 8.400,- dan Coco Bit Rp 5.300,- saat membayar dikasir harga berubah menjadi Kris Bee Piloow Rp 10.700,- dan Coco Bit Rp 6.700,-. Pada Indomaert Karang Tinggi juga terjadi hal yang sama harga promo Filma Rp 4.400,- saat membayar dikasir menjadi Rp. 4.500,-. Serta pada Indomaret Taba Penanjung harga promo Astor Rp 4.900,- saat membayar dikasir menjadi Rp. 6.200,-. Dan sedangkan untuk Indomaret Pekik Nyaring dan Pondok Kelapa sudah sesuai harga promo di rak dan di meja kasir.

Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang perlindungan konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Adalah hak untuk memilih barang dan/ jasa serta mendapatkan barang dan/ jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi dan jaminan yang dijanjikan. Hak konsumen yang diatur dalam pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu:[98]

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukur dan kondisi dan jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kodisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan upaya penyelasaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan dan dilayani secara benar dan jujur serta tidak deskriminatif;

[98]Akbar Tanjung, *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: 20 April 1999 Fdf. (diakses pada 2 Jnuari 2020)

8. Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dalam Pasal 7 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dijelaskan kewajiban pelaku usaha adalah:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan dan melayani monsumen secara benar dan jujur serta tidak diskrimintif.
4. Menjamin mutu barang dan /jasa yang diproduksikan dan/atau diperdagangkan berdsarkan ketentuan standar mutu barang/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/jasa tertentu serta memberi jaminan dan/jasa garansi atas barang yang dibuat dan/jasa yang diperdagangkan;
6. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan atas

kerugian akibat penggunaan, pemakian dan pemanfaatan barang da/atau jasa yang diperdagangkan;

7. Memberi kompenasasi, ganti rugi dan/atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Maka faktor dan solusi terjadinya promosi yang terjadi pada Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah adalah sudah sesuai dengan ketentuan. Jika dilihat dari pasal 4 ayat 3 yang menyatkan: Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kodisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Maka kariyawan Indomaret telah melakukan pelangaran. karena jelas-jelas merugikan pihak konsumen dengan informasi yang tidak sesuai dengan harga promo barang yang diberikan.

Namun dengan solusi yang mereka berikan yaitu berupa ganti rugi. Sesuai dengan pasa 7 ayat 6 dan 7 yaitu: Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan atas kerugian akibat penggunaan, pemakian dan pemanfaatan barang da/atau jasa yang diperdagangkan; dan memberi kompenasasi, ganti rugi dan/atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Maka faktor dan solusi terjadinya promosi dibolehkan. Dengan alasan kelalaian dan ganguan jaringan toko. Pihak kasir Indomaret bertanggungjawab atas kealaian tersebut dengan memberikan ganti rugi berupa pengembalian uang dan pemeberian harga terendah pada barang promo. Dengan demikian tidak terjadi

pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Maka transaksi tersebut sudah sesuai dengan aturan pada hukum positif.

3. Tujuan Promosi Pada Indomaret

a. Tujuan Promosi Pada Indomaret Ditinjau Dari Hukum Islam

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, terdapat 4 tujuan promosi yaitu: memberi informasi; membujuk konsumen untuk melakukan pembelian; meningkatkan penjualan; dan menghabiskan stok barang lama. Jika ditinjau dari hukum Islam tujuan pihak Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah melakukan promosi sudah sesuai dengan ketentuan. Firman Allah QS. Al-Baqarah 2: 198

Artinya:

”Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu”.

Ayat ini merujuk pada keabsahan menjalankan usaha guna mendapatkan anugrah Allah. Maka tujuan promosi yang dilakukan oleh pihak Indomaret diperbolehkan karena tidak melanggar rukun dan syarat jual beli.

b. Tujuan Promosi Pada Indomaret Ditinjau Dari Hikum Positif

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, terdapat 4 tujuan promosi yaitu: memberi informasi; membujuk konsumen untuk melakukan pembelian; meningkatkan penjualan; dan menghabiskan stok barang lama. Jika ditinjau dari hukum positif, Sebagimana diatur

dalam Undang-Undang perlindungan konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 6 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dijelaskan hak pelaku usaha adalah:[99]

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

Sesuai dengan pasal 6 ayat 1 yaitu: hak untuk menerima bayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan. Maka alasan promo pada Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah diperbolehkan dan sudah sesuai dengan ketentuan.

[99] Akbar Tanjung, *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: 20 April 1999 Fdf. (diakses pada 2 Jnuari 2020)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari uraian yang dikemukakan dalam penyusunan skripsi ini dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Sistem Promo Dalam Praktik Jual Beli Di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah terjadi dengan cara menempel harga promo, dan promosi dengan harga normal. Faktor dan solusi perubahan harga promo disebaban oleh kelalaian karyawan, dan gangguan jaringan internet toko. Solusi yang diberikan oleh pihak Indomaret yaitu dengan memberikan harga termurah pada barang, dan mengembalikan sejumlah uang yang dibayar terhadap barang jika konsumen membatalkan akad jual beli.

Dalam perspektif hukum Islam pada sistem promo pada Indomaret di Kabupaten Bengkulu Tengah adalah boleh karena sudah sesuai dengan rukun dan syarat jual beli. Perubahan harga promo di Indomare Kabupaten Bengkulu Tengah adalah boleh karena sesuai dengan prinsip kerelaan dari kedua belah pihak dalam bertransaksi. Sedangkan dalam persfektif hukum positif sistem promo dalam praktik jual beli di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah adalah boleh karena sudah sesuai dengan ketenutuan dan tidak melangar aturan. Perubahan harga promo adalah boleh, dan tidak melangar aturan terhadap hak-hak kosumen yang termuat dalam hukum positif.

B. Saran

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

1. Pihak Indomaret di Kabupaten Bengku Tengah hendaknya lebih profesinal dalam mengelolah usahanya agar tidak ada pihak yang dirugikan.
2. Bagi para konsumen hendaknya lebih teliti lagi dalam melihat informasi promosi yang ditawarkan penjual sehingga tidak terjadi kerugian dikemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Al-Muslih & Shalalah ash-Sahwi. 2014. *Fiqih Ekonomi Kenuangan Islam,* Jakarta : Darul Huda.

Dahlan, Abdul Aziz. 2006. *Ensiklopedi Hukum Islam jilid 5,* Jakarta: Ichiar Baru Van Hoeve.

Djamali, Abdul. 1992. *Hukum Islam,* Bandung: Mandar Maju.

Ghazaly, Abdul Rahman, Ghufroon Ihsan, Sapiudin Shidiq. 2010. *Fiqh Muamalah,* Jakarta: Kencana.

Muthiah, Auliah. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen,* Yokyakarta: Pustaka Baru Press.

Abdullah, Boedi. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi Islam dan Muamalah,* Cet ke-1 Bandung: Cv Pustaka Setia.

Pasaribu, Chairuman. Suhrawardi, 1994. *Hukum Perjanjian Dalam Islam,* Jakarta: SINAR GRAFIKA.

Djuwaini, Dimyauddin. 2008 *Pengantar Fiqh Muamalah,*Yokyakarta: PUSTAKA PELAJAR.

Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran,* Bandung: Satu Nusa.

Djazuli. 2011. *Kaidah-kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Dalam Hukum Islam Dalam Menyelesaikan Masalah-masalah Yang Praktis,* Jakarta: Kencana.

Dewi, Gembala. 2005. *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia,* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Moleong, Laxy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif,* Jakarta: Rosdakarya.

Nasir. 2003. *Metode Penelitian Kualitaif* , Jakarta: Ghalia Indonesia.

Haroen, Hasrun. 2000. *Fiqih Muamalah,* Jakarta: Gaya Media Pertama.

Hakim, Lukman. 2012. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam,* Surakarta: Erlanga.

Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank,* Jakarta: KENCANA.

Mardani. 2012. *Fiqih Ekonomi Sayriah:Fiqih Muamalah,* Jakarta: Kencana.

Muhammad. 2007. *Aspek Hukum Dalam Muamalat,* Yogyajarta: Graha Ilmu.

Nusa Putra. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan,* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Al Arif, Nur Rianto. *Dasar-dasar Permasaran Bank Syariah,* Bandung: ALFABETA

Sumanto. 2003. *Psikologi Perkembangan,* Yokyakarta:CAPS.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitaf,* Bandung: Alfabeta.

Ali, Zainudun. 2008. *Hukum Ekonomi Syariah,* Jakarta: Sinar Grafika.

Sumber Skripsi:

Anita Ratmawati, (2017) *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Etika Promosi Penjualan Melalui Media* (*Studi Kasus Toko Aldis Store Desa Sampang Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap*). Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwekerto.

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

Siti Fatonah, (2019) *Kepastian Harga Pada Label Price di Hypermart Bencoleen Indah Mall dalam Perspektif Ekonomo Islam,* Skripsi, jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Sumber Junal:

Keanshihab Is'ad Hakim dkk, *Tugas Besar Mata Kuliah Permodalan Prose,* AcademiaEdu, Bandung:2019. (diakses pada 14 Juni 2020)

Panji Rahman dkk, *Sistem Informasi Indomaret Dalam Penjualan,* AcademaEdu: 2016. (diakses pada 14 Juni 2020)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Sumber Lain:

http://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-fungsi-jenis-dan-ketentuan-label.html (9-mei-2020)
https://id.m.wikipedia.org/wiki/Indomaret

Sumber Wawancara:

Pangku Fatullah, wawancara Kepala Toko Indomaret Pasar Pedati Kab. Bengkulu Tengah 3 Juni 2020

Mike Sella, Wawancara kasir toko Indomaret Taba Penanjung Kab. Bengkulu Tengah 5 Juni 2020

Rio Saputra, Wawancara kariawan Indomaret Karang Tinggi Kab. Bengkulu Tengah 6 Juni 2020