

**PENETAPAN HARGA MAKANAN DI OBJEK WISATA PANTAI  
PAYANGAN PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999  
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Hukum (S.H.)  
Fakultas Syariah Jurusan Hukum Ekonomi  
Program Studi Muamalah



Oleh:

**INZI INAROH**  
**NIM. 083132062**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS SYARIAH  
JANUARI 2018**

**PENETAPAN HARGA MAKANAN DI OBJEK WISATA PANTAI  
PAYANGAN PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999  
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM .**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Hukum (S.H.)  
Fakultas Syariah Jurusan Hukum Ekonomi  
Program Studi Muamalah

Oleh:

**Inzi Inaroh**  
NIM. 083 132 062

Dosen Pembimbing,



**Mahmudah, S.Ag., MEL.**  
NIP. 19750702 199803 2 002

PENETAPAN HARGA MAKANAN DI OBJEK WISATA PANTAI  
PAYANGAN PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN  
1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) Fakultas Syariah  
Jurusan Hukum Ekonomi Program Studi Muamalah

Pada:


Hari : Kamis

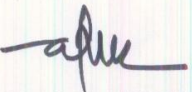
Tanggal : 01 Februari 2018

Tim Penguji


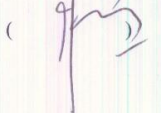
Ketua

Sekretaris

  
Dr. Sri Luma'as Sa'adah S.Ag., M.HI  
NIP. 197410081998032002

  
Rina Survanti, S.H.I., M.Sy  
NIP.

Anggota

1. Dr. H. Rafid Abbas, M.Ag Penguji Utama (  )  
2. Mahmudah, S.Ag., MEI Dosen Pembimbing (  )

Mengetahui

Dekan Fakultas Syariah

  
Dr. W. Sutrisno RS. M.H.I.  
NIP. 195902161989031001

## MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٥٦﴾

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. (QS. An Nisa:29)<sup>56</sup>

IAIN JEMBER

---

<sup>56</sup> Al-Qur'an, 4:29

## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati sebagai hamba Allah SWT dan dengan ketulusan dan keikhlasan hati yang sangat dalam, maka tulisan sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua (Bapak Ahmad dan Ibu Halima) tercinta, yang menyayangi, mengasahi dan merawat setulus hati sejak kecil serta memberikan dukungan dan do'a selama ini.
2. Adikku tersayang Nurul Anwari yang selama ini telah menyayangiku.
3. Kepada kakek-nenekku dan saudara-saudaraku yang selalu menasehati dan berdo'a untuk kebahagiaan hidupku di dunia dan di akhirat serta untuk terselesainya tugas akhir ini.
4. Suluruh dosen, guru-guru, lebih-lebih dosen pembimbing (Mahmudah, S.Ag.,M.E.I) yang sangat membantu demi terselesainya skripsi ini.
5. Sahabatku (lailis Sa'adah, Diska Umi Arifah, Alfin Eka M, Komariyatul Laili) yang turut serta mendukung dalam penulisan skripsi ini.
6. Semua teman-teman i2 Lawyer Class yang selalu membantu, memberikan motivasi, dan memberikan solusi jika ada masalah, serta mewarnai hari-hari penuh canda dan tawa.
7. Almamater IAIN Jember yang penulis banggakan.

Terimalah karya ini sebagai ungkapan terima kasih untuk kalian yang telah berkorban banyak selama ini.

# IAIN JEMBER

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang maha Esa yang telah memberikan nikmat dan rahmat-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan ini. Suatu kebahagiaan tersendiri jika suatu tugas dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Bagi penulis, penyusunan skripsi ini dengan judul **“Penetapan Harga Makanan Di Objek Wisata Pantai Payangan Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam”** merupakan suatu tugas yang tidak ringan. Penulis sadar, banyak sekali hambatan yang penulis hadapi dalam proses penyusunan skripsi ini. Hal ini dikarenakan keterbatasan penulis. Walaupun akhirnya skripsi ini terselesaikan juga. Hal ini tidak lain karena bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dengan ucapan terima kasih yang tak terhingga pada pihak yang telah memberikan bantuannya khususnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Soeharto, S.E.M.M selaku rektor IAIN Jember yang telah memfasilitasi semua kegiatan akademik.
2. Bapak Dr. H. Sutrisno RS., M.H.I. selaku Dekan Fakultas Syari'ah.
3. Ibu Mahmudah, S.Ag.,M.E.I. selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Islam.
4. Ibu Busriyanti, M.Ag. selaku Ketua Program Studi Muamalah.

5. Ibu Mahmudah, S.Ag., M.E.I. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan dan masukan terkait dengan skripsi ini.
6. Bapak Ahmad dan Ibu Haimatus Sa'diyah tercinta, yang menyayangi, mengasihi dan merawat setulus hati sejak kecil serta memberikan dukungan dan do'a selama ini.

Tiada balas jasa yang bisa penulis berikan, selain berharap Allah yang akan membalas amal baik, dan senantiasa kita semua berada dalam lindungan-Nya.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif bagi semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Dan semoga karya ini memberikan manfaat bagi para pembaca lebih-lebih bagi penulis sendiri. Amin.

Jember, Januari 2018

Penulis

IAIN JEMBER

## ABSTRAK

**Inzi Inaroh, 2017 : Penetapan Harga Makanan Di Objek Wisata Pantai Payangan  
Perspektif Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan  
Konsumen Dan Hukum Islam**

Kehidupan masyarakat di sekitar pantai Payangan, Desa Payangan, Kecamatan Ambulusetiap hari melakukan proses jual beli. Ada pihak produsen atau penjual sebagai penyedia barang kebutuhan berupa makanan atau minuman, dan pihak konsumen sebagai pemakai atau pembeli barang dari konsumen. Akan tetapi, masih banyak para produsen yang sering memanfaatkan situasi untuk meraih keuntungan yang berlipat- lipat dari konsumen tanpa memperhatikan hal- hal yang dilarang dilakukan dalam proses jual beli. Mislanya, mengambil keuntungan yang berlipat- lipat dari konsumen dengan harga yang relatif mahal.

Fokus penelitian ini adalah: 1. Bagaimana praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan, 2. Bagaimana praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan dalam perspektif Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, 3. Bagaimana praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan dalam perspektif hukum Islam.

Tujuan penelitian ini adalah: 1. Mendeskripsikan tentang praktek penentapan harga makanan di obyek pantai Payangan 2. Mendeskripsikan praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai Payangan dalam perspektif Undang- Undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen 3. Mendeskripsikan praktek penetapan harga makanan di obyek wisata Payangan dalam persepektif hukum Islam.

Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan tehnik wawancara, observasi dan jenis penelitian pendekatan. Tehnik untuk menguji validitas atau keabsahan data yang dilakukan dengan cara triangulasi sumber. Hasil penelitian ini memperoleh kesimpulan 1. Praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan. Dalam praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan, penjual menjual barang dagangannya dengan relatif mahal pada saat moment- moment tertentu seperti pada moment liburan hari raya dan hari- hari besar lainnya, adanya upaya seperti itu untuk menambah pendapatan sehingga momentum liburan dijadikan para pedagang untuk melakukan strategi dagang guna mendapatkan keuntungan yang lebih besar yang tujuannya untuk menutupi penghasilan mereka yang cenderung kurang pada hari- hari biasa agar mereka tidak mengalami kerugian dalam usahanya. 2. Praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan perspektif Undang- Undang No 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen. Dilihat dari segi Undang- Undang No 8 Tahun 1999 Perlindungan konsumen terdapat penetapan harga di pantai payangan tidak sesuai dan tidak menjalankan peraturan perundang- undangan yang telah ditentukan, karena masih ada pedagang yang mempraktekkan penetapan yang tidak sesuai dengan hukum dan merugikan konsumen. 3. Praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan perspektif Hukum Islam Praktek penetapan harga yang terjadi di pantai payangan masih belum sesuai dengan hukum Islam yang ada dimana penjual telah menjual dagangannya dengan harga yang relatif mahal demi mendapatkan keuntungan yang lebih, dan terjadi ketidakadilan harga pada saat moment- moment tertentu.



## DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| <b>HALAMAN PENGAJUAN</b> .....   | <b>i</b>   |
| <b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....  | <b>ii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....  | <b>ii</b>  |
| <b>MOTTO</b> .....   | <b>iv</b>  |
| <b>PERSEMBAHAN</b> .....   | <b>v</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....  | <b>vi</b>  |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | <b>vii</b> |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | <b>ix</b>  |
| <b>BAB I : PENDAHULUAN</b>   |            |
| A. Latar Belakang .....  | 1          |
| B. Fokus Penelitian .....  | 8          |
| C. Tujuan Penelitian.....  | 9          |
| D. Manfaat Penelitian.....   | 9          |
| E. Definisi Istilah .....  | 10         |
| F. Sistematika Pembahasan .....  | 12         |
| <b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA</b>   |            |
| A. Penelitian Terdahulu .....  | 14         |
| B. Kajian Teori .....  | 15         |
| 1. Penetapan harga dalam Undang-undang nomor 8 Tahun 1999<br>Tentang Perlindungan konsumen ..... | 15         |
| a. Penetapan Harga.....  | 15         |
| b. Perlindungan Konsumen .....   | 21         |

|  |    |
|--|----|
| c. Harga dan perlindungan Konsumen.....                | 29 |
| 2. Penetapan harga dalam islam .....                   | 31 |
| a. Harga.....  | 31 |
| b. Macam- macam harga dalam islam.....                 | 36 |
| c. Etika atau Nilai- nilai dalam penetapan harga ..... | 42 |

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

|  |    |
|--|----|
| A. Pendekatan dan jenis penelitian ..... | 49 |
| B. Lokasi Penelitian .....               | 49 |
| C. Subyek Penelitian .....               | 50 |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....         | 50 |
| 1. Observasi .....                       | 51 |
| 2. Wawancara .....                       | 51 |
| 3. Dokumentasi .....                     | 52 |
| E. Analisis Data .....                   | 53 |
| F. Keabsahan Data .....                  | 54 |
| G. Tahap-Tahap Penelitian .....          | 55 |

### **BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN ANALISA**

|   |    |
|---|----|
| A. Gambaran objek penelitian .....  | 56 |
| B. Penyajian data dan analisis  |    |
| 1. Penyajian data .....   | 58 |
| a. Praktek penetapan harga di pantai payangan, kecamatan Ambulu.....  | 58 |
| b. Praktek penetapan harga makanan di objek wisata pantai payanangan perspektif Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ..... | 65 |

|   |    |
|---|----|
| c. Praktek penetapan harga makanan di objek wisata pantai payanagan perspektif hukum Islam.....   | 67 |
| 2. Analisis.....  | 69 |
| a. Praktek penetapan harga di pantai payangan, kecamatan Ambulu.....  | 69 |
| b. Praktek penetapan harga makanan di objek wisata pantai payanagan perspektif Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen..... | 71 |
| c. Praktek penetapan harga makanan di objek wisata pantai payanagan perspektif hukum Islam.....   | 75 |
| <b>BAB V : PENUTUP</b>  |    |
| A. Kesimpulan.....  | 80 |
| B. Saran.....   | 81 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....   | 83 |

**Lampiran- lampiran**

**IAIN JEMBER**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hukum perlindungan konsumen dewasa ini mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan penduduk, bukan hanya masyarakat selaku konsumen yang mendapat perlindungan, masing-masing ada hak dan kewajiban. Pemerintah berperan mengatur, mengawasi, dan mengontrol sehingga tercapai sistem yang kondusif saling berkaitan dengan satu dengan yang lainnya dengan demikian tujuan mensejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai.<sup>1</sup>

Setiap orang pada suatu waktu, dalam posisi tunggal atau sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk barang atau jasa tertentu. Keadaan yang universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya kelemahan pada konsumen sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang aman. Oleh karena itu, secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang sifatnya universal. Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat dalam banyak hal, maka pembahasan perlindungan konsumen akan selalu terasa actual dan selalu penting untuk di kaji ulang.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Kristiyanti Siwi Tri Celina. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: sinar grafika. 2008). 1.

<sup>2</sup> Ibid. 5.

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 tahun 1999 pasal 2 perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum.<sup>3</sup>

Asas keseimbangan dikelompokkan ke dalam asas keadilan, mengingat hakikat keseimbangan yang dimaksud adalah juga keadilan bagi kepentingan masing-masing pihak yaitu konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Kepentingan pemerintah dalam hubungan ini tidak dapat dilihat dalam hubungan transaksi dengan secara langsung menyertai pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pemerintah dalam rangka mewakili publik yang kehadirannya tidak secara langsung di antara para pihak tetapi melalui berbagai pembatasan dalam bentuk kebijakan yang dituangkan dalam berbagai peraturan perundang-undangan.<sup>4</sup>

Penetapan harga merupakan suatu menetapkan harga suatu barang. Penetapan harga merupakan upaya pemerintah untuk mengembalikan harga yang sebelumnya mengalami distorsi ke dalam keadaan yang semula secara adil. Berlakunya harga yang adil telah menjadi pegangan fundamental dalam transaksi yang Islami. Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Pada hakikat harga yang adil (*qimal al-adl*) adalah harga yang dapat menciptakan kemaslahatan

---

<sup>3</sup> Undang-Undang Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999 BAB II (pasal 2)

<sup>4</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2004). 28.

penjual dan pembeli secara bersama- sama. Jika terjadi kenaikan harga dipasaran meskipun para pelaku bisnis telah menjual barangnya secara baik (*al- wajh al- ma'ruf*), maka kenaikan harga tersebut merupakan kehendak Allah (*sunnatullah*) akibat adanya tingkat permintaan dan penawaran. Dengan demikian, memaksa para penjual/ pembeli untuk bertransaksi dengan harga yang tidak lazim merupakan bentuk pemaksaan yang tidak dibenarkan (*ikrah bi ghairi haq*).<sup>5</sup> harga merupakan nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang, yakni jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa pada waktu tertentu dan pasar tertentu.<sup>6</sup>

Islam pada dasarnya juga menganut kebebasan, maksudnya yaitu kebebasan dalam melakukan transaksi dengan tetap memegang nilai-nilai keadilan, ketentuan etika dan agama. Oleh karena itu, Islam melarang jual beli yang dalamnya terdapat transaksi yang mengandung unsur *gharar* yang berakibat keuntungan di satu pihak dan sewenang-wenangnya serta penindasan di pihak lain.

Aspek moral dalam Islam ditopang dengan konsep tauhid, iman, dan konsep-konsep lain yang berhubungan dengan konsep seperti: kebenaran, ketaqwaan, ibadah, kewajiban dan ikhtiar. Akan tetapi, tanpa kepercayaan atau iman adalah sulit untuk mencapai aspek yang lainnya. Tauhid adalah

---

<sup>5</sup> Burhanuddin, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 122.

<sup>6</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus besar bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990/ 2007), 446

kepercayaan manusia untuk selalu bergantung pada Allah, karena adanya keterbatasan manusia.<sup>7</sup>

Dengan demikian para pelaku muamalah harus memikirkan matang-matang serta mengajak hati nurani merenung apakah cara memperoleh harta itu sudah sesuai dengan tuntunan agama Islam atau belum, dan tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan yang merusak tatanan muamalah yang telah diatur sedemikian rupadalam Islam. Pada dasarnya pemberian harga dalam Islam harus adil, dengan kata lain bukan hanya mendapat keuntungan semata, tetapi harus berdasarkan untuk menolong. Selain itu ketika memperhatikan pesaing bukan bertujuan untuk memonopoli, tetapi terjadi persaingan yang sehat. Islam mengharuskan untuk berbuat adil tanpa memandang bulu termasuk pada pihak yang tidak disukai.

Transaksi jual beli zaman sekarang ini banyak macamnya maka perlu diperhatikan syarat dan rukun akadnya apakah sudah sesuai syari'at atau tidak, apakah mengandung keadilan, mengandung penipuan atau tidak, mengandung unsur riba atau tidak, bermanfaat atau tidak. Jadi hukum jual beli itu bermacam-macam karena bergantung pada mekanisme atau akad yang digunakan. Banyak sekali usaha-usaha manusia yang berhubungan dengan barang dan jasa. Tentu sekarang dengan perkembangan ilmu dan teknologi, serta tuntutan masyarakat yang semakin meningkat, melahirkan model-model transaksi baru yang membutuhkan penyelesaian dari segi hukum islam.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Muhammad, *Pengantar Akuntansi*. (Jakarta: Salemba Empat, 2005). 136.

<sup>8</sup> Dhajuli, *Kaidah-kaidah Fikih* (Jakarta: Kencana). 129.

Praktek penetapan harga yang terjadi di pantai payangan adalah suatu praktek yang tidak sesuai dengan hukum yang ada, karena pedagang di pantai Payangan menjual barang dagangannya dengan harga yang relatif mahal pada saat moment- moment tertentu untuk mendapat keuntungan yang lebih agar bisa menutupi kerugian di hari- hari biasa, dan penjual menjual dagangan dengan menaikkan harga sesuai kehendaknya maka pembeli membelinya meskipun sebagian pembeli ada yang kurang setuju dengan makanan tersebut yang harganya relatif mahal.

Jika dilihat dari praktik lapangan, terdapat suatu penyimpangan pada asas dan tujuan perlindungan konsumen yang terdapat di pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 tahun 1999 dan ditinjau dari hukum Islam dalam penetapan harga di objek wisata pantai payangan. Dalam jual beli yang ada, harga mengalami kenaikan sesuai kehendak para penjual, Sebagai salah satu contoh misalnya harga sebotol minuman seharga Rp. 3000 dijual kepada penduduk lokal akan berbeda dengan harga yang dijual kepada penduduk pendatang atau penduduk dari luar daerah dengan harga yang lebih tinggi sebesar Rp. 5000. Harga yang lebih mahal disuatu objek wisata dibandingkan dengan harga pasaran memang oleh sebagian besar orang sudah dianggap sebagai suatu yang wajar. Akan tetapi menurut peneliti, suatu yang wajar belum tentu benar menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan di tinjau dari hukum Islam, karena di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen terdapat asas, dan tujuan perlindungan konsumen yang berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan



keselamatan konsumen serta kepastian hukum dan didalam hukum islam juga terdapat pemberian harga haruslah dengan adil dan tidak mengandung unsur ketidakjujuran. Dimana penetapan harga makanan dipantai payangan terjadi ketidakadilan terhadap konsumen yang berasal dari penduduk lokal dan yang bersal dari penduduk luar daerah.

Ketika konsumen sudah bergantung kepada barang tersebut, ada produsen yang memanfaatkan situasi dengan cara menaikkan harga tersebut supaya dapat mengambil keuntungan berlipat. Pada zaman yang sudah tambah maju, bukan berarti kejahatan atau kecurangan juga maju, akan tetapi harus tetap menjaga iman serta memperhatikan Hukum Islam yang berlandaskan *Al-Qur'an* dan *Al-Hadist*.

Di dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29, disebutkan:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

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 jaanganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Qs. An Nisa:29)<sup>9</sup>

Dari ayat tersebut bisa dijelaskan bahwa dalam proses perniagaan itu harus suka sama suka dengan tidak banyak melakukan hal-hal yang merugikan konsumen. Pedagang dan konsumen harus melakukan transaksi jual beli dengan adil. Jangan karena konsumen atau pembeli membutuhkan barang tersebut maka produsen atau penjual mengambil kesempatan dengan

<sup>9</sup> Al-Qur'an, 4:29

mengambil keuntungan yang lebih. Dengan demikian, kalau dihubungkan dengan *Ahkam al khamsah* atau *hukum taklifi* yang telah disinggung diatas bahwa, kaidah asal mengenai muamalah ini adalah kebolehan. Artinya, semua perbuatan yang termasuk ke dalam kategori muamalah, boleh saja dilakukan asal saja tidak larangan untuk melakukan perbuatan itu. Karena sifatnya yang demikian, kecuali mengenai yang dilarang itu, perumusan dan kaidah-kaidah dapat saja berubah sesuai dengan perubahan zaman.<sup>10</sup>

Peneliti meneliti tentang penetapan harga, karena banyak di masyarakat sekarang ini yang belum tahu cara penetapan harga yang diperbolehkan ataupun yang tidak diperbolehkan. Mereka banyak yang gelap mata sehingga tidak memperhatikan etika-etika dalam Islam, padahal yang seperti itu dapat membuat usaha tidak berkah. Masyarakat berasumsi, bahwa semua bisnis penting meskipun keuntungannya itu diperoleh dari hal yang dilarang oleh Undang- undang ataupun oleh hukum Islam, dan mereka mengatakan “Pokonya untung banyak”.

Seperti yang terjadi di Pantai Payangan, Transaksi yang terjadi disini adalah penjual melakukan praktek-praktek penetapan harga dengan menetapkan harga yang relativ mahal. Seperti mengambil keuntungan yang berlipat dari penduduk atau wisatawan dari luar daerah. uniknya pembeli tetap membeli barang yang sudah ditetapkan penjual meskipun harga tersebut mahal. Alasan pengunjung tetapi membeli barang dengan harga yang sudah ditetapkan karena di Pantai Payangan tersebut tidak ada kedai atau warung

---

<sup>10</sup> Mohammad Daud Ali, *Hukum Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014). 56.

yang menjual dengan harga pada biasanya, semua kedai atau warung menetapkan harga serupa.

Dari latar belakang sebagaimana yang dikemukakan diatas, maka penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengangkat permasalahan mengenai penetapan harga. Oleh karena itu peneliti mengambil judul **“PENETAPAN HARGA MAKANAN DI OBYEK WISATA PANTAI PAYANGAN PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM”**.

#### **B. Fokus Penelitian**

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif dikenal dengan istilah focus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua focus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Focus penelitian harus disusun dengan secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.

1. Bagaimana praktek penetapan harga makanan diobyek wisata Pantai Payangan?
2. Bagaimana praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan dalam perspektif Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?
3. Bagaimana praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan dalam perspektif Hukum Islam?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendiskripsikan tentang praktek penetapan harga makanan di obyek pantai payangan.
2. Untuk mendiskripsikan perlindungan hukum terhadap praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan dalam perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3. Untuk mendiskripsikan perlindungan hukum Islam terhadap praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini di harapkan mampu memerikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis yakni:

#### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan wawasan kepada pihak yang membutuhkan dalam mengangkat permasalahan yang sama, serta menambah khazanah keilmuan dalam aspek hukum ekonomi syariah, khususnya yang berkenaan dengan penetapan harga makanan yang menyalahi aturan.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Manfaat bagi peneliti**

- 1) Penelitian ini digunakan sebagai kelengkapan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

2) Menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman tentang penelitian untuk mengadakan penelitian lebih lanjut.

b. Manfaat Bagi IAIN Jember

1) Menambah literatur kepustakaan IAIN Jember, khususnya Fakultas Syari'ah.

2) Diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan pengetahuan khususnya dibidang muamalah di IAIN Jember.

3) Manfaat Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini dijadikan sebagai informasi atau suatu pertimbangan bagi masyarakat yang melakukan transaksi penetapan harga yang tidak sesuai dengan aturan, khususnya di Pantai Payangan Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember.

### **E. Definisi Istilah**

Penggunaan judul oleh peneliti tidak menutup kemungkinan akan memunculkan berbagai tafsir oleh pembaca. Dari berbagai tafsir maka akan muncul pemahaman terhadap tulisan yang berbeda pula. Hal ini dikarenakan penegasan dalam judul merupakan gambaran awal yang diperoleh pembaca. Sehingga peneliti perlu untuk mendefinisikan beberapa istilah dalam judul tersebut sebagaimana berikut:

1. Penetapan harga

adalah proses menetapkan biaya dari pada suatu pekerjaan, misalnya biaya memproduksi suatu barang, memberikan jasa-jasa atau

melaksanakan suatu fungsi.<sup>11</sup> Penetapan harga jika suatu harga barang dianggap terlalu tinggi sehingga tidak dapat dijangkau lagi oleh masyarakat, maka pemerintah dapat menetapkan harga maksimum atau biasa disebut harga eceran tertinggi.<sup>12</sup> Penetapan harga adalah pekerjaan yang terdiri dari sepertiga bagian pekerjaan hitung menghitung dan dua pertiga lainnya adalah penilaian. Pekerjaan hitung menghitung tercermin dalam prosedur penetapan harga, sedangkan pekerjaan menilai tercermin dalam kebijaksanaan harga.<sup>13</sup>

## 2. Perlindungan konsumen

Perlindungan konsumen merupakan istilah yang dipakai untuk menggambarkan adanya hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen dari kerugian atas penggunaan produk barang dan atau/ jasa.

Menurut peraturan perundang-undangan, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.<sup>14</sup>

## 3. Undang-undang No. 8 Tahun 1999

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 adalah ketentuan dan peraturan Negara tentang Perlindungan Konsumen.

## 4. Hukum Islam

---

<sup>11</sup> Soemarso Sr, *Peranan Harga Pokok Dalam Penentuan Harga Jual*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), 93

<sup>12</sup> Kanisius, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: PT Kanisius, 2003), 81

<sup>13</sup> Soemarso Sr, *Peranan Harga Pokok Dalam Penentuan Harga Jual*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), 18-19

<sup>14</sup> Pasal 1 angka 1 Undang- Undang Perlindungan Konsumen.

Hukum islam secara etimologis adalah ketetapan, keputusan, penyelesaian suatu masalah. Sedangkan hukum Islam secara terminologis didefinisikan oleh *Ushuliyyun* yaitu Firman Allah yang berhubungan dengan perbuatan *Mukallaf* baik berupa tuntutan, pilihan, maupun bersifat *wadl'iy*.<sup>15</sup>

Jadi, hukum Islam dapat dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan Perspektif Hukum Islam adalah pandangan mengenai ketetapan atau keputusan yang berdasar pada Firman Allah yang berhubungan dengan perbuatan *Mukallaf*.

Dari pengertian diatas kita dapat menarik kesimpulan tentang Penetapan Harga Makanan Di Obyek Wisata Pantai Payangan Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam” ini adalah mendeskripsikan bagaimana permasalahan yang ada dalam penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 dan hukum Islam yang tidak sesuai dengan regulasi yang ada.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan berisikan tentang gambaran secara tingkat mengenai yhal yang berkaitan dengan kerangka penulisan skripsi dan pembahasan skripsi yang nantinya akan dapat memberikan pemahaman sekilas bagi penulis dan pembaca karya tulis ini. Sistematika pembahasan tersebut terdiri dari:

---

<sup>15</sup> Saifuddin Mujtaba, *Ilmu Fiqh Sebuah Pengantar* (Jember: Stain Press, 2012), 5.

**Bab satu** : Pendahuluan meliputi : latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, metode dan sistematika pembahasan.

**Bab dua** : Pada bab ini akan dipaparkan kajian kepustakaan terkait dengan kajian terdahulu serta literatur yang berhubungan dengan skripsi. Dilanjutkan dengan teori yang memuat pandangan tentang penetapan harga .

**Bab tiga** : Bab ini memuat tentang metode penelitian, membahas tentang tehnik penelitian dan pengumpulan data dalam melakukan penulisan proposal skripsi ini, yaitu tentang metode pendekatan, spesifikasi penelitian, metode pengumpulan data dan analisis data.

**Bab empat** : Bab ini memberikan kontribusi berupa pemikiran maupun pembelajaran hasil penelitian dan pembahasan penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payyangan perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen dan Hukum Islam.

**Bab lima** : Bab ini merupakan bab terakhir yang merupakan kesimpulan dari penelitian yang dilengkapi dengan saran-saran dari penulis dan diakhiri dengan penutup.

IAIN JEMBER



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan sebelumnya terkait dengan penelitian ini yaitu:

Hapya Ken Palupi, 2013. Universitas Hartaika Ibrahim. Dengan judul *“TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PENAIKAN HARGA HEWAN QURBAN MENJELANG HARI RAYA IDHUL ADHA”*. Penelitian ini membahas tentang harga hewan qurban mengalami kenaikan menjelang hari raya idhul adha disebabkan permintaan yang tinggi yang mana ini, sesuai dengan hukum permintaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama mengkaji tentang penetapan harga.

Novi Halimaus Sholihah, 2012. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jember. Dengan judul *“PENENTUAN HARGA JUAL PADA INDUSTRI TAHU SUMBER REJEKI DI KECAMATAN ARJASA DALAM PERSPEKIF EKONOMI ISLAM”*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama mengkaji tentang harga. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan sebelumnya yaitu penelitian ini menekankan praktek penetapan harga ditinjau dari undang-undang perlindungan konsumen dan hukum Islam, sedangkan penelitian terdahulu menekankan cara penentuan harga jual dalam perspektif Ekonomi Islam.

Teguh Arifiyanto, 2004. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Malang *“PENETAPAN HARGA MAKANAN DI KANTIN PONDOK*

*PESANTREN SUNAN PANDAN ARAN YOGYAKARTA DALAM PERSPEKIF HUKUM ISLAM*". Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama mengkaji tentang harga.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini menekankan praktek penetapan harga ditinjau dari undang-undang perlindungan konsumen dan hukum Islam, sedangkan penelitian terdahulu menekankan cara penentuan harga dalam perspektif hukum Islam saja.

## **B. Kajian Teori**

### 1. Penetapan Harga dalam Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

#### a. Penetapan Harga

##### 1. Pengertian Penetapan Harga

Penetapan harga adalah menetapkan suatu barang. Apabila nilai harga barang itu terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, Namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh penjual.

Penetapan harga merupakan upaya pemerintah untuk mengembalikan harga yang sebelumnya mengalami distorsi ke dalam keadaan yang semula secara adil. Berlakunya harga yang adil telah menjadi pegangan fundamental dalam transaksi yang Islami. Pada umumnya, hakikat harga yang adil (*qimal al-adl*) adalah harga yang dapat menciptakan kemaslahatan penjual dan

pembeli secara bersama-sama. Jika terjadi kenaikan harga dipasaran meskipun para pelaku bisnis telah menjual barangnya secara baik (*al-wajh al-ma'ruf*), maka kenaikan harga tersebut merupakan kehendak Allah (*sunnatullah*) akibat adanya tingkat permintaan dan penawaran. Dengan demikian, memaksa para penjual/ pembeli untuk bertransaksi dengan harga yang tidak lazim merupakan bentuk pemaksaan yang tidak dibenarkan (*ikrah bi ghairi haq*).<sup>16</sup>

Penetapan harga yang biasa terjadi secara vertikal maupun horizontal ini dianggap sebagai hambatan pedagang karena membawa akibat buruk terhadap persaingan harga (*price competition*) di pasaran.

- 1) Penetapan harga secara horizontal terjadi apabila lebih dari satu perusahaan berada dalam tahap produksi yang sama sehingga masing-masing menjadi pesaing untuk membentuk harga jual produk mereka.
- 2) Penetapan harga secara vertikal terjadi apabila suatu perusahaan yang berada dalam tahap produksi tertentu menetapkan harga produk untuk dijual oleh perusahaan lain yang berada dalam tahap produksi yang lebih rendah.

Dari definisi tersebut dapat kita menegetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang

---

<sup>16</sup> Burhanuddin, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 122.

diberikan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut.

Bentuk- bentuk usaha tidak sehat sebagaimana disebutkan diatas adalah bertujuan untuk menguasai pasar sehingga dapat menetapkan harga sesuai keinginan. Padahal dalam prakteknya, pelaku usaha harus memperhatikan konsep berlakunya harga yang sesuai mekanisme pasar yang sempurna. Besarnya pengaruh harga terhadap tingkat penawaran dan permintaan inilah yang menyebabkan para ekonom menekankan harga yang adil (*qimahal- adl*), perlu ada kesempurnaan pasar yang berjalan secara alamiyah dalam transaksi perdagangan. Suatu harga akan dikatakan adil, apabila objek yang ditransaksikan dibayar dengan harga sesuai (*tsaman al-mithl*) berdsarkan kesepakatan. Berlakunya harga yang adil, akan menciptakan kemaslahatan bagi para pelaku pasar. Begitu pula harga yang tidak adil akan menimbulkan kemudharan sehingga perlu adanya intervensi dari pemerintah.

## 2. Cara Penetapan Harga

Secara umum cara penetapan harga dibagi menjadi beberapa bagian, antara lain:

### 1. Mengestimatkan permintaan untuk barang tersebut.

Dalam tahap pertama ini, penjual membuat estimasi permintaan barangnya secara total. Hal ini lebih mudah

dilakukan terhadap permintaan barang yang ada dibandingkan dengan permintaan barang baru. Pengestimasian permintaan tersebut dapat dilakukan dengan:

a) Menentukan *harga yang diharapkan (expected price)*, yaitu dengan harga yang diharapkan dapat diterima oleh konsumen, dan ini dapat ditentukan dengan menggunakan perkiraan harga, misalnya Rp. 750,00 dan Rp. 800,00.

b) Mengestimasi volume penjualan pada berbagai tingkat harga. Hal ini menyangkut pula pertimbangan tentang masalah elastisitas permintaan suatu barang. Barang yang mempunyai permintaan pasar elastis, biasanya akan diberi harga lebih rendah dari barang yang mempunyai permintaan inelastic. Mengestimasi volume penjualan pada berbagai tingkat harga yang berbeda adalah penting juga dalam hubungannya dengan penentuan *titik pas-pasan (break-even point)*.

## 2. Mengetahui lebih dulu reaksi dalam persaingan.

Kondisi persaingan sangat mempengaruhi kebijaksanaan penentuan harga bagi perusahaan atau penjual. Oleh karena itu penjual perlu mengetahui reaksi persaingan yang terjadi di pasar serta sumber-sumber

penyebabnya. Adapun sumber-sumber persaingan yang ada dapat berasal dari:

- a) Barang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain.
- b) Barang pengganti atau substitusi.
- c) Barang-barang yang lain yang dibuat oleh perusahaan lain yang sama-sama menginginkan uang konsumen.

3. Menentukan *market share* yang dapat diharapkan.

Perusahaan yang agresif selalu menginginkan *market share* yang lebih besar. Kadang-kadang, perluasan *market share* harus dilakukan dengan mengadakan periklanan dan bentuk lain dari persaingan bukan harga, di samping dengan harga tertentu. *Market share* yang diharapkan tersebut akan dipengaruhi oleh kapasitas produksi yang ada, biaya ekspansi, dan mudahnya memasuki persaingan.

4. Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar.

Dalam hal ini penjual dapat memilih antara dua macam strategi harga yang dianggap paling ekstrim, di antaranya : *skim-the-cream-pricing* dan *penetration pricing*. *Skim-the-cream-pricing*, strategi ini diterapkan dengan jalan menetapkan harga yang tinggi bagi suatu produk baru atau inovasi dalam tahap pengenalan, kemudian menurunkan harga tersebut pada saat persaingan mulai ketat, strategi ini

baru bisa berjalan baik jika konsumen tidak sensitif terhadap harga, tetapi lebih menekankan pertimbangan-pertimbangan kualitas, inovasi, dan kemampuan produk tersebut dalam memuaskan kebutuhan. Sedangkan *penetration pricing* adalah strategi di mana perusahaan berusaha memperkenalkan suatu produk baru dengan harga rendah dengan harapan akan dapat memperoleh volume penjualan yang besar dalam waktu relatif singkat. Tujuan dari strategi ini untuk mencapai skala ekonomis dan mengurangi biaya per unit. Pada saat bersamaan strategi penetrasi juga dapat mengurangi minat dan kemampuan pesaing karena harga yang rendah menyebabkan margin yang diperoleh setiap perusahaan menjadi terbatas.

#### 5. Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan

Tahap selanjutnya dalam prosedur penentuan harga adalah mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dengan melihat pada barang, sistem distribusi dan program promosinya. Perusahaan tidak dapat menentukan harga suatu barang tanpa mempertimbangkan barang lain yang dijualnya. Demikian pula dalam saluran distribusinya, harus diperhatikan ada atau tidanya penyalur yang juga menerima sebagian dari harga jual. Bagaimanana tanggung jawab

promosinya dilimpahkan pada penyalur, maka margin yang akan diterima produsen menjadi lebih tinggi.<sup>17</sup>

## b. Perlindungan Konsumen

### 1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Sebelum membahas pengertian dari perlindungan konsumen alangkah baiknya jika kita memahami apa arti dari konsumen itu sendiri. Konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (inggis-amerika), atau *consumer/ konsument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consumer* itu tergantung dari posisi ia berada. Secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan menggunakan barang atau jasa nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula kamus bahasa Inggris- Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai konsumen.<sup>18</sup>

Sedangkan pengertian perlindungan konsumen terdapat pasal 1 angka 1 Undang- Undang Perlindungan Konsumen, yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat pada pasal 1 angka 1 Undang- Undang Perlindungan Konsumen tersebut

---

<sup>17</sup> Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern*

<sup>18</sup> Aulia Yosi Anggeta “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk Makanan Impor Yang Beredar di Indonesia Yang tidak Bersertifikat Halal” Skripsi ( Jember : Universitas Jember, 2016).



cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “ Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”. Diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang- wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.<sup>19</sup>

Perlindungan konsumen merupakan istilah yang dipakai untuk menggambarkan adanya hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen dari kerugian atas penggunaan produk barang dan atau jasa. Menurut peraturan perundang-undangan, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.<sup>20</sup>

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang sangat luas meliputi perlindungan terhadap segala kerugian akibat penggunaan barang dan atau jasa. Meskipun perlindungan ini diperuntukan bagi konsumen, namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak menjamin perhatian. Karena bagaimanapun, untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat dan kondusif, keberadaan pelaku usaha sebagai produsen barang dan atau jasa harus mendapatkan perlakuan adil, dengan memposisikan sebagai mitra konsumen dalam memenuhi

---

<sup>19</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yudo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 1.

<sup>20</sup> *Ibid.*, 1.

kebutuhan sesuai hak dan kewajiban yang timbul dari suatu perikatan.

Untuk mencapai hakekat kemaslahatan, pemberlakuan segala peraturan di tengah masyarakat harus memiliki dasar hukum yang kuat menurut pandangan syari'at. Karenanya, mengetahui pandangan syari'at terhadap upaya perlindungan konsumen merupakan persoalan penting dalam pembahasan ini. Perlindungan perlu diberikan kepada pihak konsumen sebab secara umum keberadaannya selalu berada pada kedudukan yang lemah. Ada beberapa faktor yang dapat dijadikan indikator lemahnya kedudukan konsumen dibandingkan dengan kedudukan produsen, yaitu tingginya tingkat ketergantungan terhadap suatu produk, lemahnya pengetahuan tentang proses produksi dan lemahnya tawar menawar secara ekonomis.

Pemakaian barang dan atau jasa mempunyai implikasi yang sangat luas bagi kehidupan masyarakat konsumen. Karenanya bentuk perlindungan konsumen yang diberikan harus meliputi segala sesuatu yang memungkinkan konsumen tidak mengalami kerugian.<sup>21</sup>

## 2. Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen bertujuan:

---

<sup>21</sup> Ibid., 2.

- a) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan dari akses negatif pemakaian barang dan jasa.
- c) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memiliki, menentukan, dan menuntut hak- haknya sebagai konsumen.
- d) Menciptakan system perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f) Meningkatkan kualitas barang dan atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Tujuan perlindungan konsumen pada hakikatnya adalah untuk mencapai maslahat dari hasil transaksi ekonomi atau bisnis adalah berpaduan antara pencapaian keuntungan yang berkah. Keuntungan diperoleh apabila kegiatan usaha diperoleh apabila kegiatan usaha memberikan nilai tambah dari aspek ekonomi, sedangkan berkah dipeoleh apabila ketika usaha dilakukan dengan niat ibadah sesuai dengan prinsip- prinsip syari'ah.

Karena itu untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan kesadaran dari para pelaku usaha untuk mengedepankan perbuatan yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syari'ah dan peraturan lainnya yang berlaku secara yuridis formal.<sup>22</sup>

### 3. Asas Perlindungan Konsumen

Untuk menegakkan hukum perlindungan konsumen, perlu diperlakukan asas-asas yang berfungsi sebagai landasan penetapan hukum. peraturan mengenai asas-asas atau prinsip-prinsip yang berlaku dalam hukum perlindungan konsumen dirumuskan dalam peraturan perundang-undangan yang menyatakan bahwa : perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta partisipasi hukum. adapun penjelasan lebih lanjut mengenai asa perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk

---

<sup>22</sup> Sadar M, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, (Jakarta : Permata Puri Media, 2012),5-6

memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan dan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.<sup>23</sup>

#### 4. Hak dan Kewajiban Konsumen

Dalam pasal 4 Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen membahas tentang hak konsumen yaitu:<sup>24</sup>

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa.

---

<sup>23</sup> Ibid., 19-20.

<sup>24</sup> Kansil, *Kitab Undang- Undang Hukum Perusahaan* (Jakarta : Pradnya Pramita, 2003), 313

- b) Hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa.
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhan atas barang dan atau jasa yang digunakan.
- e) Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan konsumen dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g) Hak untuk diberlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, dan miskin dan ststus sosial yang lainnya.
- h) Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
- i) Hak- hak yang di atur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban konsumen, adalah:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Adanya kewajiban konsumen membaca atau mengikuti petunjuk dan prosedur pemakaian pemanfaatan barang dan atau jasa demi keamanan dan keselamatan, merupakan hal yang penting mendapat pengaturan.

Adapun pentingnya kewajiban ini karena sering pelaku usaha telah menyampaikan peringatan secara jelas pada label produk, namun tidak membaca peringatan yang telah disampaikan kepadanya. Dengan pengaturan kewajiban ini, memberikan konsekuensi pelaku usaha tidak bertanggung jawab, jika konsumen yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 2004). 28

c. Harga Dan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen terbentuk dari pola hubungan antara beberapa unsur utama yang terkait di dalamnya. Hubungan tersebut tercipta dari suatu perikatan bisnis yang menimbulkan akibat hukum. Dalam hukum perlindungan konsumen, pengertian akibat hukum tidak hanya berhenti setelah terjadinya kesepakatan para pihak (*ijab kabul*), melainkan perlu ditindak lanjuti hingga pasca terjadinya kesepakatan tersebut. Artinya, meskipun bisnis telah dinyatakan selesai, namun pihak konsumen tetap berhak mendapatkan perlindungan hukum.

Perlindungan konsumen dibuat untuk kegiatan perdagangan yang adil dengan memberikan informasi yang benar dan jujur ditempat umum. Hukum perlindungan konsumen dibuat juga untuk mencegah pelaku usaha yang mengarah ke penipuan atau praktek tertentu yang tidak adil dan memperoleh keuntungan atas persaingan dan juga memberikan perlindungan terhadap mereka yang memiliki kelemahan dan tidak dapat menjaga diri mereka. Adanya Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen ini antara lain bertujuan agar konsumen dapat melindungi diri dalam melakukan posisi tawar menawar dengan pelaku usaha dan mendorong pelaku usaha bertanggung jawab, bersikap jujur dan terbuka dalam memberikan informasi yang benar berkaitan dengan mutu/ kualitas, cara pengolahan, dan akses informasi lainnya berkenaan dengan pemasaran produk barang yang bersangkutan.



Perlindungan konsumen atas barang dan harga, terkait dengan perlindungan konsumen terhadap kesehatan/ harta konsumen sebagaimana telah disebutkan. Perlindungan atas barang dan harga dimaksudkan sebagai perlindungan konsumen dari penggunaa barang dengan kualitas yang dibawah standar atau kualitas yang lebih rendah dari pada nilai harga yang dibayar. Dengan perlindungan yang demikian ini, maka konsumen tidak akan diberikan barang dengan kualitas yang lebih rendah daipada harga yang dibayarnya.<sup>26</sup>

Hak atas informasi sangat penting. Karena tidak memadainya yang disampaikan kepada konsumen dapat juga merupakan salah satu cacat produk, yaitu dikenal dengan cacat intruksi atau cacat informasi yang tidak memadai. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan/ sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk.<sup>27</sup>

Pentingnya penyampaian informasi yang yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran produk tertentu dapat berupa representasi, peringatan maupun berupa intuksi. Perlunya repretasi yang benar terhadap suatu produk, karena salah satu penyebab terjadinya

---

<sup>26</sup> Ahmadi Miru, *Prinsip- Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grfindo, 2011), 196.

<sup>27</sup> Sudjana Dan Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen* (Bandung: Buku- buku Ilmu Hukum).

misrepresentasi terhadap produk tertentu disebabkan iklan atau brosur tertentu.

Hak konsumen atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang (Pasal 4 Huruf a Undang- Undang Perlindungan Konsumen) dan pelaku usaha dilarang memproduksi dan atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi.

## 2. Penetapan Harga dalam Islam

### a. Harga

#### 1) Pengertian Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.<sup>28</sup> Williem J. Stanton Terjemahan Y. Yamanto mengemukakan bahwa: harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.<sup>29</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Harga adalah nilai barang yang ditentukan tau dirupakan dengan uang, yakni jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa pada waktu tertentu dan pasar tertentu.<sup>30</sup>

<sup>28</sup> Basu Swasta DH, Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Liberty, 2008), 241.

<sup>29</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktisi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 1994), 105.

<sup>30</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ( Jakarta: Balai Pustaka, 1990/2007), 446

Harga adalah ukuran keseluruhan biaya yang harus dibayar oleh seorang konsumen guna memperoleh berbagai barang dan jasa guna memenuhi hidupnya.<sup>31</sup> Harga lazim dipergunakan untuk memantau berbagai perubahan biaya hidup dari waktu ke waktu

## 2) Mekanisme Pasar

Aktivitas di pasar identik dengan berdagang. Berdagang adalah aktifitas yang paling umum dilakukan di pasar. Konsep Islam memahami bahwa pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif. Pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak manapun. Menurut Ibnu Taimiyah membatasi keabsahan pemerintah dalam menetapkan kebijakan intervensi pada empat situasi dan kondisi berikut:<sup>32</sup>

- a) Kebutuhan masyarakat atau hajat orang banyak akan sebuah komoditas.
- b) Terjadi kasus monopoli (penimbunan).
- c) Terjadi pendistribusian pada satu penjual saja.
- d) Para pedagang melakukan transaksi di antara mereka sendiri dengan harga di bawah harga pasar.

Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa mekanisme pasar merupakan sistem yang cukup efisien dalam memberlakukan harga yang adil dan bahkan untuk mengalokasikan faktor-faktor

<sup>31</sup> N. Gregory Mankiw, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 146.

<sup>32</sup> Abdul Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 271.

produksi dan mendorong kegiatan ekonomi. Di samping kelebihan-kelebihan itu, mekanisme pasar juga memiliki beberapa kelemahan, seperti adanya kebebasan yang tidak terbatas akan menindas golongan-golongan tertentu, kegiatan ekonomi tidak stabil, munculnya kekuatan monopoli, tidak mampu menyediakan beberapa jenis barang secara efisien serta dampak eksternalitas yang merugikan. Mekanisme pasar memiliki arti khusus dalam sistem ekonomi Islam. Teori tentang harga dalam Islam melarang setiap bentuk pemerasan, baik dari pihak produsen mau pun konsumen. Oleh karena itu, bentuk pemerasan dalam mekanisme pasar dalam Islam merupakan bentuk perbuatan tercela, bukan saja pada dimensi duniawi tapi juga bentuk *ukhrawi*.

Semua harga, baik yang terkait dengan faktor-faktor produksi maupun produknya sendiri bersumber pada mekanisme ini, karena itu di akui sebagai harga-harga yang adil atau wajar. Barangkali hal ini tidak sejalan dengan konsep harga yang adil Menurut Siddiqi yang didasarkan atas ongkos produksi. Karena itu dalam kajian ini lebih digunakan istilah “harga yang sesuai,” bukan harga yang adil. Sebagai konsekuensinya, Mekanisme pasar dibangun atas dasar kebebasan yaitu kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa sesuai dengan yang ia sukai. Mekanisme pasar dalam masyarakat muslim tidak boleh dianggap sebagai struktur

atomistic. Islam memang tidak menghendaki adanya koalisi para penawar dan peminta, namun Islam juga tidak mengesampingkan kemungkinan adanya akumulasi atau konsentrasi produksi selama tidak ada cara-cara yang tidak jujur digunakan dalam proses tersebut, dan kedua hal tersebut tidak melanggar prinsip-prinsip kebebasan dan kerja sama. Ada beberapa prinsip yang melandasi fungsi-fungsi pasar dalam masyarakat istilah yang digunakan ini lebih sesuai dengan berbagai tradisi dalam hukum (Fiqh) Islam dan dapat mengapresiasi isi konseptual istilah tersebut secara lebih memuaskan.<sup>33</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga<sup>34</sup> Dalam kenyataan, tingkat harga terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti:

1. Kondisi perekonomian, sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada periode resesi misalnya, merupakan suatu periode dimana harga berada pada suatu tingkat yang lebih rendah.
2. Penawaran dan permintaan; permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga yang tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta akan semakin besar.

Sedangkan penawaran adalah merupakan kebalikan dari

---

<sup>33</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT: Raja Grafindo Persada, 2007), 163.

<sup>34</sup> Basu Swastha DH, Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*, 242.

permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya, harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan sebelumnya.

3. Elastisitas Permintaan; sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik, artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.
4. Persaingan; harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada.
5. Biaya; biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian, begitupun sebaliknya.
6. Tujuan perusahaan; tujuan-tujuan yang hendak dicapai anatara lain: laba maksimum, volume penjualan tertentu, penguasaan pasar, kembalinya modal yang tertanam dalam jangka tertentu.
7. Pengawasan pemerintah; juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat berbentuk: penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktik-praktik lain yang mendorong atau memecah usaha-usaha ke arah monopoli.

b. Macam- Macam Harga dalam Islam

Adapun cara penetapan harga dilihat dari pespektif Islam adalah penetapan harga yang baik, adil dan tidak ada campur tangan manusia dapat menyebabkan kedzaliman. Macam- macam penetapan harga dalam Islam yaitu:

1. Penetapan harga yang tetap (FIX)

Penetapan harga yang tetap disini maksudnya adalah harga yang secara langsung ditentukan oleh pihak pemerintah, hal ini merupakan salah satu praktek yang tidak diperbolehkan agama Islam. Pemerintah tidak memiliki hak wewenang untuk menentukan harga tetap sebuah komoditas kecuali pemerintah telah menyediakan pada para pedagang jumlah yang cukup untuk dijual dengan menggunakan harga yang ditentukan. Tanpa adanya pengaturan yang demikian, secara moral para pelaku tidak terikat dengan harga yang ditentukan, khususnya jikalau ada ketidakmungkinan untuk mendapatkan barang-barang yang dihargai secara tetap.

عَنْ أَنَسٍ قَالَ قَالَ النَّاسُ يَا رَسُولَ اللَّهِ غَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرَ لَنَا فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَ لَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَا لِيَنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya: Dari Anas, ia berkata: Orang-orang berkata, “Wahai Rasulullah, harga telah naik, maka tetapkanlah harga untuk kami.” Lalu Rasulullah SAW bersabda, “Sesungguhnya Allah yang menetapkan harga, yang mempersempit dan memperluas, dan aku berharap bertemu dengan Allah sedangkan salah seorang dari

kalian tidak menuntutku karena kezhaliman dalam darah atau harta. (Shahih: Ibnu Majah).<sup>35</sup>

Berdasarkan pada hadist yang diriwayatkan oleh Anas dan abu Hurairah yang dilihat dari sikap Rasulullah terhadap masalah harga yakin bahwasannya *tas'ir* adalah dilarang. Dalam hadist tersebut yang menjelaskan tentang penetapan harga yaitu

Dari sini jelaslah bawasanya janganlah ada campur tangan atau kontrol manusia dalam penentuan harga itu sendiri menghambat hukum alami yang disebut dengan permintaan dan penawaran.<sup>36</sup>

## 2. Harga yang adil

Secara umum, harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penimbunan (kedzaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil yaitu memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.

Harga yang adil dalam istilah biasa disebut juga *dengan qimal al-adl* (harga yang adil) istilah ini banyak digunakan oleh para hakim yang telah mengodifikasikan hukum Islam tentang transaksi bisnis dalam objek barang cacat jual, perebutan

<sup>35</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Terjemah Hadist Shahih Sunan Ibnu Majah*, (Pustaka Azzam)

<sup>36</sup> Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), 147



kekuasaan, memaksa penimbunan barang untuk menjual barang timbunannya, membuang jaminan atas harta milik dan sebagainya. Menurut para hakim, harga yang adil adalah harga yang dibayar untuk objek yang sama yang diberikan pada waktu dan tempat diserahkan. Para hakim juga sering menggunakan istilah *tsaman al-mithl* (harga yang setara /equivalen price). Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab biosa adalah cermin dari komitmen syariat islam terhadap keadilan yang menyeluruh.

Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Karenanya jika mekanisme pasar terganggu, maka harga yang adil tidak akan tercapai. Demikian pula sebaliknya harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna. Jika harga tidak adil, maka pelaku pasar enggan untuk bertransaksi atau terpaksa tetap bertransaksi dengan menderita kerugian. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan tentang konsep-konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna. Untuk solusi ketidak sempurnaan pasar maka Islam

melarang melakukan perbuatan seperti penimbunan, penipuan. Sehingga menyebabkan terjadinya pasar gelap (*Black Market*).<sup>37</sup>

Islam memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk menentukan harga jual. Karena itu, penetapan harga jual dalam islam biasanya diserahkan kepada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Tidak ada batasan tertentu tentang seberapa besar jumlah prosentase di ambil, dalam penetapan harga jual. Semuanya ditentukan oleh hasil usahanya sendiri. Dalam alqur'an surah An-najm ayat 39, Allah berfirman:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾

Artinya: “dan bawasannya seorang manusia tidak memperoleh selain apa yang telah diusahakannya.” (QS.An-Najm:39).<sup>38</sup>

Sedangkan penetapan harga jual dalam islam biasanya diserahkan kepada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Kesepakatan jual beli yang baik adalah berdasarkan atas suka sama suka. Dalam sunnah Rosulallah SAW yaitu:

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ (رواه ابن ماجه)

Artinya: “Sesungguhnya jual beli itu hanya sah jika suka sama suka.” (HR. Ibnu Majah).<sup>39</sup>

<sup>37</sup> P3EI, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 331.

<sup>38</sup> Al-Qur'an, 39 : .

<sup>39</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Terjemah Hadist Shahih Sunan Ibnu Majah*, (Pustaka Azzam)

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah Annisa' ayat 29

yang berbunyi:

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

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu.”<sup>40</sup>

Dari ayat tersebut bisa dijelaskan bahwa dalam proses perniagaan itu harus suka sama suka dengan tidak banyak melakukan hal-hal yang merugikan konsumen.

Dengan demikian, kalau dihubungkan dengan *Ahkam al khamsah* atau *hukum taklifi* yang telah disinggung diatas bahwa, kaidah asal mengenai muamalah ini adalah kebolehan. Artinya, semua perbuatan yang termasuk ke dalam kategori muamalah, boleh saja dilakukan asal saja tidak ada larangan untuk melakukan perbuatan itu.

Karena sifatnya yang demikian, kecuali mengenai yang di larang itu, perumusan dan kaidah- kaidahnya dapat saja merubah sesuai dengan perubahan zaman.<sup>41</sup>

Dalam pengambilan keuntungan harus diperhatikan, yaitu:

<sup>40</sup> Al-Qur'an, 4:29

<sup>41</sup> Mohammad Daud Ali, *Hukum Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 56.

- 1) Tidak ada unsur penipuan dalam pengambilan keuntungan.

Nabi SAW bersabda lagi:

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا (رواه مسلم عن أبي هريرة رضي الله عنه)

Artinya: “Dan siapa yang menipu kami, maka dia tidak akan tergolong dari kami (umat islam).” (Diriwayatkan oleh muslim dari Abu Hurairah radhiyallahu’anh).<sup>42</sup>

Dari hadist tersebut adalah tidak ada masalah dengan tambahan harga untuk suatu barang dagangan, Hanya saja selayaknya tidak keluar dari harga normal sehingga tidak termasuk penipuan, yang menyebabkan pembeli memiliki hak pilih setelah jual beli. Sebagian ulama menetapkan batasannya adalah sepertiga itu sudah banyak.

Bila seorang telah membeli barang dari seorang penjual, kemudian tampak bahwa barang tersebut dikalangan kebanyakan penjual tidak wajar, yang pembeli memiliki hak untuk mengembalikannya. Hal ini adalah hak khiyar yang dijelaskan dalam banyak dhalil.

<sup>42</sup> Muhammad Nashiruddin Al- Albani, *Shahih Sunan Abu Daud Jilid II*

c. Etika Atau Nilai- nilai dalam Penetapan Harga

Salah satu aspek yang sangat penting dan perlu diperhatikan dalam dunia bisnis adalah perlu adanya etika dan nilai- nilai bisnis. Sebagaimana yang dikutip oleh Buchori Alma, bawasannya bisnis tanpa etika akan membawa kehancuran.<sup>43</sup> Etika bisnis selain mendapat menjamin kepercayaan dan loyalitas dari semua unsur yang berpengaruh pada perusahaan, juga sangat menentukan maju atau mundurnya suatu perusahaan.

Menurut Zimmer, berpendapat bahwa etika bisnis ialah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai- nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan dalam memecahkan persoalan- persoalan yang dihadapi.<sup>44</sup> Menurut

Webster Dictionary Etika ialah tentang tingkah laku manusia, prinsip-prinsip yang disistematikan tentang tindakan moral yang benar.<sup>45</sup>

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah nilai- nilai dan norma- norma moral yang dianut Islam dalam mengatur perilaku yang berhubungan dengan segala kegiatan usaha untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa yang telah dibenarkan dalam Al- Qur'an dengan tujuan mendapatkan keuntungan guna memenuhi kebutuhan masyarakat baik dilakukan oleh perorangan maupun lembaga.

---

<sup>43</sup> Buchori Alma, *Dasar- Dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: Cv Alfabeta, 2003),42.

<sup>44</sup> Suryana, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Salemba Empat, 2001), 174.

<sup>45</sup> Buchori Alma, *Dasar- Dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: Cv Alfabeta, 2003),54.

Sedangkan penetapan harga dalam etika bisnis Islam yaitu suatu penetapan harga yang dalam menetapkan suatu barangnya, tidak hanya bertujuan mencari keuntungan semata, akan tetapi juga berperilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*), yang dibungkus dengan nilai- nilai syari'ah yang mengedepankan halal dan haram, sebagai salah satu bentuk ibadah kita kepada Allah SWT. Oleh karena itu keuntungan yang dihasilkan melalui bisnis tidak boleh merugikan pihak lain serta bisnis juga harus dijalankan sesuai dengan aturan dan etika dalam syari'ah Islam.

**a. Nilai- Nilai Etika Islam Yang Dapat Mendorong Pertumbuhan Dan Suksesnya Usaha Maupun Bisnis, Yaitu:**

**1. Ihsan**

Ihsan adalah suatu usaha individu untuk sungguh-sungguh bekerja, tanpa kenal menyerah dengan dedikasi penuh menuju pada optimalisasi, sehingga memperoleh hasil maksimal. Dalam Al- Qur'an suart An- Najm ayat 39 Allah berfirman:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾

Artinya: “dan bahwasannya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakan.” (QS. An- Najm:39)<sup>46</sup>

Allah juga berfirman di surat lain dalam Al- Qur'an surat Ar-Ra'd ayat 11:

<sup>46</sup> Al-Qur'an, 39.

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِنَّ

Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.” (QS. Ar-Ra’d:11)<sup>47</sup>

## 2. Itqan

Artinya membuat sesuatu dengan teliti dan teratur. Jadi harus bisa sehingga kualitas produk yang dihasilkan, adakan penelitian dan pengawasan kualitas sehingga hasilnya maksimal. Dalam Al-Qur’an surat Al- An’am ayat 135 Allah berfirman:

قُلْ يٰۤاَقْوٰمِ اَعْمَلُوْا عَلٰٓى مَكَانَتِكُمْ اِنِّىۡۤ اَعْمَلٌۭٔ فَاۤسُوْۤا فَاۤتَّعٰمِلُوْۤا  
مِّنۡ تَّكُوۡنٍ لَّهٗۤ عٰقِبَةُ الدَّارِ اِنَّهٗ لَا يُفْلِحُ الظَّٰلِمُوۡنَ

Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (QS. Al- an’am: 135).<sup>48</sup>

## 3. Kejujuran dan keadilan

Ini adalah konsep yang dapat membuat ketenangan hati bagi orang yang melaksanakannya. Kejujuran yang ada pada diri seseorang membuat orang lain senang berteman dan berhubungan antar sesama. Termasuk diantara nilai- nilai yang telah ditetapkan oleh Islam disini da dalam semua aspek ekonomi Islam adalah

<sup>47</sup> Al-Qur’an, 11.

<sup>48</sup> Al-Qur’an, 135.

“sikap adil”. Dalam al- Qur’an surat Al- hadid ayat 25 Allah berfirman:

لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ  
لِيُقِيمُوا النَّاسَ بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنْفَعٌ  
لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ



Artinya: “Sesungguhnya Kami telah mengutus Rasul- rasul kami dengan membawa bukti- bukti yang nyata dan telah Kami turunkan bersama mereka Al- kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan keadilan. Dan Kami ciptakan besi yang padanya terdapat kekuatan yang hebat dan berbagai manfaat bagi manusia, (supaya mereka mempergunakan besi itu) dan supaya Allah mengetahui siapa yang menolong (agama)Nya dan rasul- rasul-Nya padahal Allah tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah Maha kuat lagi Maha Perkasa. (QS. Al- Hadid: 25).<sup>49</sup>

Lawan kata dari keadilan adalah kedzaliman (*azh zhulm*), yaitu sesuatu yang telah diharamkan Allah atas diri Nya sebagaimana telah diharamkan- Nya hamba- hanba-Nya. Allah mencintai orang-orang yang berbuat adil dan membenci orang-orang yang berbuat dzalim, bahkan melaknat mereka.<sup>50</sup> Firman-Nya:

أَلَا لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الظَّالِمِينَ

<sup>49</sup> Al-Qur’an, 25.

<sup>50</sup> Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam* (Jakarta: Robbani Press, 1997), 308



Artinya: “Ingatlah, kutukan Allah (ditimpakan) atas orang-orang yang dzalim.” (QS. Huud: 18).<sup>51</sup>

Ketika seorang produsen menimbun barang bukan untuk persediaan melainkan hanya untuk permainan agar harga semakin meningkat, kemudian produsen akan menjual setelah harga tinggi agar ia memperoleh keuntungan yang berlipat, hal, ini tidak diperbolehkan sebab akan menimbulkan kesengsaraan bagi konsumen. Namun apabila produsen menimbun barang untuk persediaan diperbolehkan dalam Islam.<sup>52</sup>

#### 4. Kerja keras

Rosulullah sangat terkenal dengan pelaksanaan konsep ini, karena dengan konsep kerja keras dapat mencapai tujuan yang diharapkan.<sup>53</sup> Sebagai seorang muslim, kita dituntut agar tidak hanya mementingkan atau mengutamakan kerja keras untuk dunia saja atau akhirat saja, tetapi ditengah-tengah keduanya, maksudnya jangan sampai kita dialaikan oleh pekerjaan mencari harta saja, tetapi berusaha dan selalu dekat kepada Allah SWT.<sup>54</sup> Seperti dinyatakan dalam Al-Qur'an, Allah berfirman:

<sup>51</sup> Al-Qur'an, 18.

<sup>52</sup> M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Konvensional*

<sup>53</sup> Buchori Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam.....*,56-59

<sup>54</sup> Buchori Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2007), 255.

وَأَبْتَغِ فِي مَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya: “ Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagian kalian di dunia ini.” (QS. Al- Qashas: 77).<sup>55</sup>

Perintah berusaha yang lainnya, dinyatakan dalam Al- Qur’an sebagai berikut:

وَعَلَى الْوَالِدِ لَهُ رِزْقُهُنَّ وَكِسْوَتُهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ

Artinya:” Dan kewajiban ayah memberi makan dan pakaian kepada para ibu dengan cara ma’ruf.” (QS. Al- Baqarah: 233).<sup>56</sup>

Kerja keras untuk mencapai keberhasilan merupakan hal yang sangat dianjurkan dalam Islam, seperti yang telah dilakukan Rasulullah SAW. Pada masa kecilnya. Beliau telah mulai bekerja keras mengembala domba dan berdagang. Kerja keras dianjurkan dilakukan pada pagi hari setelah subuh, beliau melarang umatnya agar tidak supaya berpangku tangan, dan meminta belas kasihan orang. Simbol Tali dan Kampak adalah lambang kerja keras yang

<sup>55</sup> Al- qur’an, 28:77

<sup>56</sup> Al- qur’an, 2: 233.

dicontohkan oleh Rosulullah dalam menyuruh umatnya bekerja keras.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat kualitatif deskriptif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan dan menguraikan suatu masalah. Peneliti berupaya untuk menjelaskan dan menggambarkan tentang penetapan harga makanan di objek wisata pantai Payangan perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan hukum Islam.

Sedangkan pengertian deskriptif disini adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian laporan penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data untuk member gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut bersal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dan dokumen resmi lainnya.<sup>57</sup>

#### **A. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini merupakan tempat yang akan dijadikan sebagai lapangan penelitian atau tempat dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks dan sebagainya).<sup>58</sup>

Adapun lokasi penelitian bertempat di pantai Payangan Kec. Ambulu Kab. Jember. Alasan pemilihan lokasi ini karena adanya perbedaan harga

---

<sup>57</sup> Mole Lexi J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Karya, 2002), 11.

<sup>58</sup> *Ibid.*, 11.

antara penduduk lokal dan atau penduduk luar daerah yang biasa dilakukan oleh para penjual untuk mendapat untung yang lebih besar.

## **B. Subjek Penelitian**

Untuk memperoleh data yang dapat dipertanggung jawabkan maka yang perlu dipertimbangkan adalah penentuan informan. Informan dalam hal ini adalah orang yang member informasi tentang suatu yang akan diteliti sesuai dengan kebutuhan terhadap data yang akan diteliti sesuai dengan kebutuhan terhadap data yang akan dicari.

Penentuan subjek penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu sampel bertujuan. Adapun informan yang dapat ditetapkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Ketua Organisasi Pantai Payangan
2. Penjual
3. Pembeli

## **C. Tehnik Pengumpulan Data**

Data merupakan hal yang sangat substansial dalam penelitian, sedangkan maksud dari metode pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan dalam penelitian untuk meraih data. Adapun metode atau cara yang digunakan dalam pengumpulan data adalah:

## Observasi

Observasi merupakan salah satu tehnik operasional pengumpulan data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap objek yang diamati secara langsung.<sup>59</sup>

Metode observasi adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.<sup>60</sup>

Adapun data yang diperoleh melalui metode observasi ini adalah:

- a. Tempat atau lokasi transaksi jual beli
- b. Penetapan harga makanan di objek wisata pantai payangan

### 1. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.<sup>61</sup> artinya pertanyaan datang dari pihak peneliti dan jawaban diperoleh dari pihak yang diwawancarai. Peneliti menanyakan suatu hal yang telah direncanakan kepada informan.

Wawancara digunakan sebagai tehnik pengumpulan data apabila penelitian ingin melakukan studi pendahuluan untuk melakukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin

<sup>59</sup> Muhamad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), 133-134.

<sup>60</sup> Cholid, Narkubo dan Abu, Achmadi, *Metode penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2003), 29.

<sup>61</sup> Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2003), 29.

mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.<sup>62</sup>

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan wawancara (interview) bebas terpimpin. Disini peneliti akan menanyakan sederetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian mengembangkan pertanyaan tersebut hingga mendalam untuk menggali keterangan yang lebih rinci.

Adapun data yang diperoleh melalui wawancara adalah:

- a. Kepala organisasi pantai payangan, tentang profil-profil dan sejarah Pantai Payangan, Struktur Organisasi pantai payangan, dan apa yang melatar belakangi penetapan harga yang tidak adil tersebut.
- b. Penjual, tentang mekanisme penentuan harga.
- c. Pembeli, tentang mekanisme transaksi penentuan harga.

## 2. Dokumenter

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya momental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, Sejarah Kehidupan (*Life Histori*), biografi, peraturan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup sketsa dan lain-lain. Dokumen merupakan pelengkap dari

<sup>62</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 137.

penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>63</sup>

Data dokumentasi yang diperoleh dari penelitian ini ialah:

- a. Data demografi Pantai Payangan.
- b. Foto-foto hasil kegiatan observasi di Pantai Payangan.

#### **D. Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif (berupa kata-kata bukan angka). Menurut Milles dan Huberman dalam analisis data kualitatif data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka-angka. Data tersebut dikumpulkan dalam berbagai cara seperti observasi, wawancara, atau intisari rekaman yang kemudian diproses melalui perencanaan, pengetikan atau pengaturan kembali.<sup>64</sup>

Untuk mempermudah peneliti dalam mengolah data maka setelah memperoleh data secara keseluruhan, peneliti segera mereduksi data, menyajikan data, kemudian menarik kesimpulan, sesuai dengan pernyataan Miles dan Huberman bahwa teknik analisis data kualitatif terdiri dari 3 alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

##### **1. Reduksi Data**

Data yang diperoleh di lapangan akan semakin banyak sehingga data akan semakin kompleks dan rumit, oleh karena itu peneliti harus mereduksi data (merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada

<sup>63</sup> Hamid Patihna, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 15.

<sup>64</sup> Matthew B. Milles & Michel Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: UI Press, 1992), 15.



hal-hal yang penting). Data yang sudah direduksi akan lebih memudahkan peneliti untuk memperoleh gambaran lapangan dan memudahkan peneliti mengumpulkan data berikutnya.

## 2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data biasanya dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam penelitian ini saya menyajikan dalam bentuk deskriptif atau uraian singkat.

## 3. Penarikan kesimpulan/ verifikasi

Hal ini dimaksudkan untuk memberi arti atau makna data yang diperoleh baik melalui observasi, wawancara, maupun dokumentasi.<sup>65</sup> Kesimpulan dalam hal ini dimaksudkan untuk pencarian makna data dan penjelasannya, dan makna-makna yang muncul dari data yang diperoleh lapangan untuk menarik kesimpulan yang tepat dan benar.

## E. Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data sangat perlu dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Adapun pengecekan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Teknik triangulasi dilakukan peneliti dengan membandingkan data yang diperoleh dari lapangan yaitu membandingkan

<sup>65</sup> Miles dan Huberman, *Qualitatif Dan Analysis* (California: Sage Publication Inc, 1988), 21-23.

beberapa hasil wawancara dari sumber yang satu dengan sumber yang lainnya.

## **F. Tahap-Tahap Penelitian**

Ada beberapa tahap dalam penelitian ini, adapun tahap-tahap penelitian ini terdiri dari tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahap analisis.

1. Tahap pra lapangan
  - a. Menentukan lokasi penelitian, yaitu di pantai payangan Kec. Ambulu Kab. Jember.
  - b. Menyusun proposal penelitian.
  - c. Mengurus surat perizinan.
2. Tahap pekerjaan lapangan

Setelah persiapan dianggap matang, maka tahap selanjutnya adalah melaksanakan penelitian dalam tahap ini. Peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan yaitu dengan menggunakan beberapa metode yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi dengan melibatkan beberapa informan untuk memperoleh data. Yaitu Kepala organisasi Pantai Payangan, penjual dan pembeli.

### **3. Tahap penyelesaian**

Tahap penyelesaian merupakan tahap yang paling akhir dari sebuah penelitian. Pada tahap ini peneliti menyusun data kemudian dianalisis dan disimpulkan dalam bentuk karya ilmiah yang berlaku di Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA ANALISA

#### A. Gambaran Objek Penelitian

Dusun Payangan merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember. Jarak tempuh desa Payangan ke kecamatan adalah 7 km, yang dapat ditempuh dengan waktu sekitar 30 menit. Sedangkan jarak tempuh ke ibu kota kabupaten adalah 45 km yang dapat ditempuh dengan waktu sekitar 60 menit.

Dilihat dari letaknya pantai Payangan secara *topografi* letaknya sangatlah strategis, mayoritas penduduk sekitar pantai payangan adalah suku madura, sedangkan pekerjaan yang sering ditekuni oleh masyarakat sekitar pantai payangan adalah sebagai Nelayan dan Berdagang. sebagian besar lainnya sebagai buruh tani, guru, karyawan swasta, TNI, pengusaha kecil, PNS dan lain sebagainya.

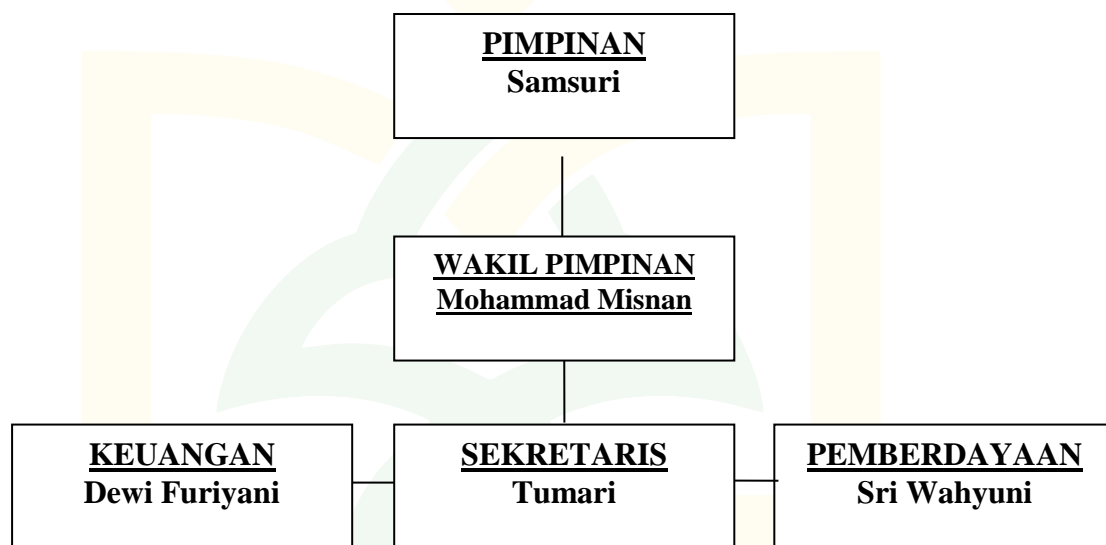
Secara administratif, pantai Payangan terletak di wilayah kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. Payangan adalah desa di Kecamatan Ambulu di Kabupaten Jember, Wilayah selatan kecamatan ini berbatasan dengan Samudera Hindia dengan pantai yang terkenal, yaitu Pantai Payangan, Watu Ulo dan Pantai Papuma. Kecamatan Ambulu mempunyai luas wilayah 104,56 Km<sup>2</sup> dengan ketinggian rata-rata 35 m di atas permukaan laut.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Samsuri, *Wawancara*, Jember, 22 September 2017

Berdasarkan data administrasi pemerintahan desa tahun 2017, jumlah penduduk dusun payangan adalah terdiri sekitar 179 KK, dengan jumlah total 368 jiwa, dengan rincian laki-laki dan perempuan.

#### **SKRUKTUR ORGANISASI PANTAI PAYANGAN<sup>67</sup>**



<sup>67</sup> Samsuri, *Wawancara*, Jember, 22 September 2017

## B. Penyajian Data dan Analisis

### 1. Penyajian Data

#### a. Praktek Penetapan Harga Di Pantai Payangan, Kecamatan Ambulu.

Dari hasil penelitian di lapangan metode penelitian yang digunakan untuk mencari atau mengumpulkan data, yaitu dengan menggunakan metode observasi, wawancara, documenter, dan catatan lapangan sebagai pendukung dalam penelitian ini, maka diperoleh data-data yang berkaitan praktek penetapan harga di Pantai Payangan Kecamatan Ambulu.

Penetapan harga merupakan sesuatu yang harus dilakukan oleh penduduk di pantai Payangan, yang berprofesi sebagai pedagang.

Akan tetapi dalam transaksi masih ada sebagian penjual melakukan tindakan menaikkan harga menjadi lebih mahal terhadap penduduk pendatang atau luar daerah dari harga barang yang normal menjadi tidak normal yang disebabkan ingin meraih keuntungan yang berlipat-lipat dalam istilah lain *mencari kesempatan dalam kesempatan*.

Secara umum, menaikkan harga di desa Payangan, Kecamatan Ambulu memang sudah biasa dilakukan oleh pedagang di pantai Payangan, bukan hanya membuat pedagang untung banyak, di sisi lain kesempatan seperti itu tidak selalu datang pada hari-hari biasa dan hanya ada pada waktu tertentu seperti ketika menjelang hari

raya atau setelah hari raya. Apalagi barang tersebut sudah menjadi suatu hal yang sangat dibutuhkan oleh pembeli, maka tidak sedikit penjual di pantai payangan melakukan praktik-praktik untuk mendapatkan hasil yang besar. Harga normal yaitu harga barang dengan mengikuti standard dari perusahaan untuk pembeli sesuai keuntungan yang diperoleh. Sedangkan harga yang tidak normal yaitu harga yang ditetapkan atau dinaikkan secara tidak wajar oleh para pedagang untuk meraup keuntungan yang lebih dari pembeli.

Adapun hasil wawancara dengan bapak Tuhe selaku pihak penjual menjelaskan bahwa:

“Saya berjualan disini kurang lebih sekitar 11 tahunan semenjak masih bujang, Saya menaikkan harga ketika ada penduduk dari luar daerah entah orang tersebut terlihat sebagai orang kaya ataupun terlihat sederhana atau orang tersebut sudah pernah berkunjung atau belum pernah sama sekali jadi saya punya kesempatan untuk menaikkan harga dagangan saya karena orang tersebut terlihat jarang dan kelihatannya orang jauh dan orang kaya, saya menaikkan harga berkisar dengan harga sebelumnya Rp. 3000 s/d Rp. 6000 , maka dari itu saya juga menaikkan harga biar saya mendapatkan keuntungan yang besar, karna jarang saya mendapat penghasilan lebih kalau gak pada waktu ada momen jadi saya punya kesempatan ketika ada pengunjung yang seperti itu.<sup>68</sup>

Dari hasil wawancara bersama bapak Tuhe dapat diketahui bahwa penetapan harga yang terjadi dengan menaikkan harga awal dengan tambahan harga hampir dua kali lipat di ambil pada saat ada penduduk pendatang luar daerah. Keuntungan yang di ambil kurang lebih mencapai Rp. 3000 s/d Rp. 6000 dengan alasan jika

---

<sup>68</sup> Tuhe, *Wawancara*, Jember, 22 September 2017.

ada penduduk lokal dan penduduk luar daerah harga akan dinaikkan sesuai dengan kehendak penjual. Hal yang sama juga dijelaskan oleh Bapak Asmad selaku pihak penjual di pinggir Pantai Payangan mengenai penetapan harga pada makanan ketika ada penduduk lokal dan luar daerah:

“ Mon tentang reggeh itu kan ruwah sekarep se ajual apah epeongge’eh apa enjek bing pokok yelah mon bedeh pengunjung se eyabes roh engak oreng jeu kan tentonah ruwah jarang entar ka dekna’ dekdih yeh egebey kesempatan bing reggeh ruwah epeongge kan jarang- jarang olle pengaselan se pas benyyaah ben pole kan monlah bedeh edinnak pasteh ebellih makeh reggenah tak padeh bik pasaran. Mon ben arenah ruwah kan pengunjung sepeh deddih pengaselan tak seberempah. Deddih mon bedeh momen bektoh hari raya kan biasanah pengunjung banyak se deteng.<sup>69</sup>

( kalau masalah harga itu kan terserah saya yang menjual mau di naikkan atau tidak, pokoknya kalau ada pengunjung yang dilihat orang jauh tentunya mereka jarang kesini. jadi, ya dibuat kesempatan harga itu dinaikkan karena saya itu jarang-jarang mendapat penghasilan banyak apalagi kalau sudah ada disini dan sudah duduk di warung saya pasti akan dibeli meskipun harga yang saya jual itu relatif mahal, kalau setiap harinya itu pengunjung sepi jadi penghasilan tak menentu. Jadi, kalau ada momen waktu hari raya ada hiburan- hiburan itu pengunjung banyak yang datang)

Hal yang sama dipaparkan Ibu Wiji selaku penjual yang berada di pantai Payangan:

“Anoh bhing, guleh ampon abit ajuelen neng kaktoh sekitaran 16 tahonan ruwahlah, nggi guleh ajuel nasi lalapan, soto, rawon, ikan bakar, es campur, pop ice dan es degan, mon masalah regeh guleh tergantung ongenah kolak’an nggi guleh ngalak pengaselan tergantung derih jeunah guleh se ngolak bhing, guleh mon ajuel ka wisatawan gruah ngalak pengaselan separoh derih luaran pole pas bedeh wisata se derih jeuu roh

<sup>69</sup> Asmad, *Wawancara*, Jember, 22 September 2017.

gebey kesempatan bik guleh kadeng kan wisata derih jeu deteng nompak bis roh gebey kesempatan bik penjual kaktoh, nggi tak semua seh penjual enggak genikah tapeh yeh rata- rata penjual kaktoh enggak ruwah soalah kan kesempatan.<sup>70</sup>

(Saya berjualan disini sudah lama sekitaran 16 tahunan, saya berjualan nasi lalapan, soto, rawon, ikan bakar, es campur, pop ice dan es degan, kalau masalah harga saya naikkan tergantung pada harga ketika kulak'an kalau naik ya naik saya ambil keuntungan dari wisatwan itu ambil penghasilan separoh dari harga di luaran apalagi kalau ada wisata yang datang dari jauh itu dibuat kesempatan untuk mendapat penghasilan lebih untuk menutupi pendapatan hari- harinya yang sepi pengunjung biasanya yang jauh itu datang menaiki bus pariwisata itu dibuat kesempatan sama penjual yang ada disini, ya gak semua penjual melakukan seperti itu tapi sebagian penjual disini itu meleakukan yang hal seperti itu)

Dari penjelasan ketiga pihak penjual diatas, dapat diketahui bahwa penetapan harga yang dilakukan masyarakat Desa Payangan itu akan berubah menjadi mahal jika ada penduduk luar daerah pada waktu- waktu tertentu.

Dari hasil wawancara dengan beberapa penjual, peneliti mencari kebenaran dengan menanyakan pada pembeli.

Sebagaimana yang dikatakan Ibu Masita selaku pembeli:

“Saya berasal dari Kencong saya datang kesini untuk berlibur bersama suami saya, penetapan harga makanan rata- rata kalau ditempat wisata sudah biasa terjadi menjadi mahal, ketika ada penduduk luar daerah malah semakin mahal dan itu sudah menjadi hal yang biasa terjadi bukan hanya di pantai payangan ini. Biasanya harga normalnya Rp. 3.500 yang saya beli, ketika ada penduduk luar daerah kemudian menjadi Rp. 6.000. Awalnya ragu yang mau beli tapi kalo sudah gak ada lagi ya saya tetep membelinya berapapun saja harganya meskipun sebenarnya kurang setuju dan harganya itu terlalu banyak ambil penghasilannya karena kan sudah gak ada tempat lagi

<sup>70</sup> Wiji, *Wawancara*, Jember, 22 Desember 2017.



jauh dari pasar jadinya tetap saja dibeli meskipun harga yang dijual mahal”.<sup>71</sup>

Dari keterangan diatas bahwa para pengunjung Pantai Payangan sudah banyak yang bergantung pada makanan di tempat wisata, ketika penjual menaikkan harga sesuai kehendaknya maka pembeli rela membelinya meskipun sebagian pembeli ada yang kurang setuju dengan makanan tersebut relatif mahal. Ditinjau dari langkanya makanan tersebut karena berada jauh dari pasar penjualpun mempunyai kesempatan untuk mendapatkan keuntungan lebih, sebagaimana wawancara bersama bapak Sukron sebagai penjual mengatakan:

“Saya itu berjualan disini sudah lama semenjak saya dulu itu bekerja sebagai nelayan dan masih bujang dulu, jadi ya, masih pantai ini belum direnovasi gak seperti sekarang yang sudah jauh lebih bagus. Diwarung saya yang dijual itu banyak seperti nasi lalapan, ikan bakar, es degan dan minuman yang lainnya, alhamdulillah dagangan saya lancar dan ya meskipun gak setiap hari banyak pembeli namun saya bersyukur. Sistem harga yang saya jual itu tergantung pada harga di pasar naik atau tidak harga kulaknya jadi saya bergantung pada harga yang telah ada, biasanya harga naik itu kalau sudah ada moment tertentu seperti hari raya, dan ketika ada perayaan petik laut, itu setahun sekali, jadi kalau di hari hari biasa ya pengunjung kan jarang jadi kita juga jarang mendapat penghasilan”<sup>72</sup>

Penetapan harga di pantai payangan Kecamatan Ambulu, berdasarkan pengamatan yang peneliti dapatkan bahwasannya pedagang melakukan penetapan harga pada penjual dengan menerapkan atau berdasarkan hukum Islam, yaitu penjual menjual

---

<sup>71</sup> Masita, *Wawancara*, Jember, 22 September 2017.

<sup>72</sup> Sukron, *wawancara*, Jember, 22 september 2017

makanannya setara dengan mendapatkan makanannya dan akan melakukan transaksi yang telah sesuai.

“Saya menjual makanan dari dulu hingga sekarang selalu laris, yaa meskipun untungnya gak seberapa yang penting saya tidak pilih kasih dan tidak melebih-lebihkan harga, karena saya merasa kasian dengan pengunjung jauh-jauh datang kadang dengan uang pas-pasan hanya ingin berkunjung kesini, deddih saya itu inget dengan saya sendiri ketika pas saya sendiri berkunjung ke wisata lainnya.”<sup>73</sup>

Bapak Hariyanto sebagai penjual juga mengutarakan pendapat yang sama, yaitu:

“Guleh tak toman pele kaseh ka warga makeh la jeu otabelh semmak, guleh gun se eyarep gun barokah tak toman ngalak ontong se rajah se penting pon laris nggi mon ontong berarti jet rejekenah guleh, guleh percajeh ka gusteh Allah mon jet rejekenah guleh nggi pasteh endik beih jelen guleh terro juelen se bender ben olle barokah, guleh biasanah metaber ben guleh mesteh abele jek reggenah segini deddih oreng bisa mempertimbangkan mau beli apa tidak, karena kan selain itu juga terkadang harga di pasaran gruh naik deddih mon harga pasaran naik den guleh epenaik kiyah, norok alur genikah pon”<sup>74</sup>

(Saya gak pernah pilih kasih ke warga meskipun itu datang dari jauh atau dari sekitar jembaran, saya yang diharapkan itu cuma barokah saya gak pernah ambil keuntungan yang besar yang penting dagangan saya itu laris, kalau ada keuntungan berarti itu memeng rejeki saya, saya percaya ke gusti Allah kalau memang rejekinya pasti ada aja jalan, saya penegen jualan saya itu benar dan barokah, biasanya saya itu menawarkan terlebih dahulu kalau harganya itu seperti dan saya camtumkan di daftar menu, dan kalau memang harga naik maka saya juga menaikkan tapi dengan harga yang wajar)

Diana sebagai pembeli juga mengutarakan pendapat yaitu:

“Disini saya berkunjung untuk berlibur saya dan teman-teman saya datang dari desa dawuhan Panti, saya sudah beberapa kali

<sup>73</sup> Yanik, *Wawancara*, Jember, 22 September 2017.

<sup>74</sup> Hariyanto, *Wawancara*, Jember, 22 September 2017.

berkunjung kesini dan menurut saya suasananya sekarang tambah bagus dan indah, untuk masalah harga makanan entah itu juga minuman disini itu menurut saya relative mahal beda dengan harga harga di luaran sana karna mungkin penjual disini itu setiap harinya jarang ada pembeli jadi mungkin dibuat kesempatan untuk mendapat penghasilan lebih karan saya sadar bukan hanya ditempat ini yang melakukan transaksi seperti ini ditempat lain yang pernah saya kunjungi itu menaikkan harga yang lebih dan itu sudah menjadi hal yang biasa.<sup>75</sup>

Adapun juga Lestari sebagai pembeli mengutarakan pendapat masalah harga di pantai Payangan yaitu:

“Saya disini rombongan bersama keluarga saya, saya datang dari desa mumbulsari untuk berlibur seharian disini, saya datang berlibur kesini karena disini tiket masuknya murah sesuai dengan isi dompet saya Cuma membayar parkir sepeda saja dan membayar tiket ketika mau mendaki bukit, setau saya kalau di tempat wisata itu memang harga sudah relatif mahal jadi sudah biasa, jadi saya itu kesini sudah membeli makanan diluaran lebih dulu karena biasanya harga disini itu lebih mahal, ya wajar lah mungkin penjual tersebut ingin menutupi penghasilannya yang biasanya sepi tidak ada pengunjung jadi kalau sudah ada pengunjung yang datang itu dibuat kesempatan, kebetulan saya disini itu membawa bekal makanan sendiri dari rumah, biasanya kalau ditawar itu gak bisa tetap saja harganya seperti itu”

Untuk mengetahui kebenarannya peneliti juga mewawancarai bapak Syamsuri selaku ketua organisasi di pantai Payangan berikut pemaparannya yaitu:

“Saya Syamsuri selaku ketua disini awalnya dulu saya itu seorang jaga parkir biasa, selain juru parkir saya itu sering melakukan pertolongan ketika ada wisatawan tenggelam kenak ombak sehingga saya itu dikenal oleh banyak warga dan wiasatawan dan juga seperti polisi sektor Ambulu juga mengenal saya karena saya itu sering membantu beliau. Untuk masalah harga disisni itu memang agak relatif mahal dari harga yang ada diluaran karena mungkin kan disini itu tempat wisata

<sup>75</sup> Diana, *Wawancara*, Jember, 22 Desember 2017

ya, hampir rata-rata tempat wisata itu melakukan hal yang seperti itu karena wajar menurut saya karena gak setiap hari di sini itu ramai, jadi kalau ada pengunjung tersebut dibuat kesempatan sama penjual yang ada disini, dan juga kenapa di naikkan mungkin karena ada biaya transpornsnya sperti itu lah.<sup>76</sup>

**b. Praktek Penetapan Harga Makanan Di Obyek Wisata Pantai Payangan Persepektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Dari hasil penelitian di lapangan metode penelitian yang digunakan untuk mencari dan mengumpulkan data, yaitu dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan documenter dan catatan lapangan sebagai pendukung dalam penelitian ini, maka diperoleh data- data yang berkaitan dengan praktek penetapan harga di Pantai Payangan Kecamatan Ambulu, sudah banyak yang telah melakukan transaksi sesuai hukum yang ada di mana pelaku usaha di larang 1). membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama, 2). pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus memnayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama, 3). Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang

---

<sup>76</sup> Syamsuri, *wawancara*, Jember, 22 September 2017

dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat, 4). Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang membuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah dari pada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Secara umum menaikkan harga di pantai payangan, kecamatan Ambulu memang sudah biasa dilakukan oleh pelaku usaha yang berada di area objek wisata pantai payangan, akan tetapi ada beberapa pelaku usaha yang telah menjual dagangannya sesuai dengan keadilan, keseimbangan, dan keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum.

Adapaun hasil wawancara dari bapak sukron selaku penjual yaitu:

“Saya itu berjualan disini sudah lama semenjak saya dulu itu bekerja sebagai nelayan dan masih bujang dulu, jadi ya, masih pantai ini belum direnovasi gak seperti sekarang yang jauh lebih bagus. Diwarung saya yang saya jual itu banyak seperti nasi lalapan, ikan bakar, es degan dan minuman yang lainnya. Alhamdulillah dagangan saya lancar dan ya meskipun gak setiap hari banyak pembeli namun saya bersyukur, saya menjual itu memakai daftar harga jadi seperti yang tertera di depan warung saya jadi seperti pembeli itu mengetahui secara langsung harga yang saya jual jadi kan kalo misalnya saya menaikkan harga itu diketahui dan orang pasti komen ke saya kalau harganya tidak sesuai dengan poster daftar harga tersebut. Saya itu kasian ke pembeli kalo dinaikkan terlalu banyak karena kan saya juga memandang jauh kesini hanya ingin berlibur dan yang

membawa bekal hanya sedikit, itu kan kasian. Jadi saya menjualnya dengan harga yang wajar saja.<sup>77</sup>

Bapak kusnadi sebagai penjual juga mengutarakan

pendapat yang sama:

“Saya itu menjual disini sudah 5 tahun ya saya tergolong baru disini jualannya, awalnya saya dulu berjualan cilok saja disini tapi sekarang Alhamdulillah dagangan saya meningkat ya meskipun masih kecil-kecilan seperti ini, saya itu menetapkan harga itu tidak banyak mengambil untung pokoknya dagangan saya sudah laku banyak saya sudah bersyukur, saya itu kalau masalah harga makanan saya tulis dan saya pang pang di depan warung saya dan berapa nominalnya ya saya tulis biar pembeli itu tau dan tidak merasa dirugikan kalau harganya mahal dan tidak sama seperti lainnya, karena saya itu menaikkan harga tersebut sesuai dengan keseimbangan di pasar dan biaya transport saya ketika mengulak barang tersebut. Terkadang masih ada saja pembeli menawarnya padahal menurut saya harga tersebut sudah pas dan saya tidak mengambil untung banyak”.<sup>78</sup>

#### **a. Praktek Penetapan Harga Makanan Di Obyek Wisata**

##### **Pantai Payangan Persepektif Hukum Islam**

Islam pada dasarnya juga menganut kebebasan, maksudnya yaitu kebebasan dalam melakukan transaksi dengan tetap memegang nilai-nilai keadilan, ketentuan etika dan agama. Oleh karena itu, Islam melarang jual beli yang dalamnya terdapat transaksi yang mengandung unsur ghaar yang berakibatkan keuntungan di satu pihak dan sewenang-wenangnya serta penindasan di pihak lain.

<sup>77</sup> Sukron, *Wawancara*, Jember, 2 Januari 2018

<sup>78</sup> Kusnadi, *Wawancara*, Jember, 2 Januari 2018

Jika dilihat dari praktek lapangan bahwa di obyek wisata pantai Payangan sudah melakukan transaksi yang telah sesuai dengan hukum Islam yang ada dimana penjual di sana telah menjual dagangan menurut etika dan nilai- nilai yang ada.

Adapun wawancara dari dari Ibu Yanik selaku penjual yaitu:

“ Saya menjual makanan dari dulu sehingga sekarang selalu laris, ya meskipun untungnya tidak seberapa yang penting saya tidak pilih kasih dan tidak melebihi- lebihkan harga, karena saya merasa kasian dengan pengunjung jauh-jauh datang kadang kan dengan uang pas- pasan hanya ingin berkunjung kesini, dan saya kalau menaikkan harga tersebut dengan harga yang seimbang dan tidak melebihi lebihkan sehingga pembeli suka saya pun juga senang dan pembeli merasa puas dengan harga yang telah saya sediakan”.<sup>79</sup>

Bapak hariyanto juga mengutarakan pendapat yang sama yaitu:

“guleh tak toman pele kaseh ka warga makeh la jeu otabelh semmak, guleh gun se eyarep gun barokah tak toman ngalak ontong se rajah se penting pon laris nggi on ontong berarti jet rejekenah guleh, guleh percajah ka gusteh Allah mon jet rejekenah nggi pasteh endik jelen, guleh terro juelanah guleh bender ben olle barokah, guleh biasanah metaber ben guleh mesteh abele jek reggenah segini deddih oreng bias mempertimangkan mau beli apa tidak karenah guleh nggi pon mampang daftar harga di depan warungah guleh, karenah kan selian itu juga terkadang harga di pasaran gruh naik deddih harga pasaran naik den guleh epenaik kiyah, norok alur genikah pon.”<sup>80</sup>

<sup>79</sup> Yanik, *Wawancara*, Jember, 2 Januari 2018

<sup>80</sup> Hariyanto, *Wawancara*, jember, 2 Januari 2018

## 2. Analisis

### a. Praktek Penetapan Harga Makanan Di Obyek Wisata Pantai Payangan

Praktek penetapan harga merupakan sesuatu yang dilakukan oleh penduduk pantai Payangan yang berprofesi sebagai pedagang. Akan tetapi dalam transaksi, masih ada sebagian penjual yang melakukan tindakan menaikkan harga menjadi lebih mahal terhadap penduduk pada saat moment-moment tertentu dan terhadap penduduk pendatang atau luar daerah dari harga barang yang normal menjadi tidak normal yang disebabkan ingin meraih keuntungan yang berlipat dalam istilah lain *mencari kesempatan dalam kesempitan*. Menaikkan harga di pantai Payangan memang sudah biasa di lakukan oleh pedagang di pantai Payangan, bukan hanya membuat pedagang untung banyak, di sisi lain kesempatan seperti itu tidak selalu datang pada hari- hari biasa dan hanya ada pada saat moment tertentu. Jadi menurut peneliti dalam praktek tersebut masih tidak sesuai dengan etika- etika dalam Islam dan asas- asas yang terdalem dalam Undang- Undang No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Untuk lebih jelasnya peneliti akan jabarkan sebagai berikut.

Penetapan harga (*price fixing*) dalam Islam sesungguhnya tidak dibolehkan karena menyebabkan naiknya



suatu akibat persaingan pasar yang bebas dan juga akan mengakibatkan kekuarangan jumlah produksi padahal permintan sedang banyak atau naik, yang akhirnya nanti akan menyebabkan kalangkaaan barang.

Selain penetapan harga Islam juga melarang adanya diskriminasi harga yang bertujuan untuk menipu penjual atau pembeli yang tidak tahu harga sesungguhnya yang berlaku dalam pasar.

Islam tidak memberikan ruang sedikit sedikitpun baik kepada pemerintah atau seseorang yang memiliki kekuasaan penuh dalam hal ekonomi untuk menetapkan harga, kecuali dan hanya kecuali pada kondisi yang darurat yang akhirnya menuntut pihak- piak tertentu untuk mengambil keputusan, untuk menentukan harga.

Dalam penetapan harga itu dapat di bagi manjadi 2 yaitu penetapan harga yang tidak adil dan penetapan harga yang adil. Dalam penetapan harga yang tidak adil dijelaskan bahwa apabila terjadi kenaikan suatu harga akibat persaingan pasar yang bebas yang mengakibatkan terjadinya kekurangan jumlah produksi atau menaikkan permintaan, seperti memaksa penduduk menjual barang- barang daganagan tanpa ada kewajiban untuk menjual, itu merupakan tindakan yang tidak adil karena ada unsure pemaksaan yang menyebabkan ketidak

ridhaan dari penjual untuk menjual dagangannya dan ketidakadilan seperti itu dilarang Islam.

Sedangkan penetapan harga yang adil adalah apabila kenaikan harga itu disebabkan kesalahan pedagang yang menimbun barang, sehingga stok barang di pasar menjadi langka dan harga menjadi naik secara tajam. Dalam menetapkan harga memikirkan kemaslahatan para pedagang dan para konsumen agar tidak ada yang merasa dirugikan.

**b. Praktek Penetapan Harga Makanan Di Obyek Wisata Pantai Payangan Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.**

Fakta- fakta menaikkan harga di pantai Payangan memang sudah biasa dilakukan oleh pedagang yang berada di area pantai payangan, dalam praktek tersebut pedagang menjual barang dagangannya dengan harga yang relatif mahal pada saat moment- moment tertentu dan pada penduduk luar daerah.

Penetapan harga yang ada di warung- warung pantai payangan, para pelaku usaha tersebut menetapkan harga sendiri dengan menaikkan harga ketika ada wisata/ wisatawan luar daerah yang dibedakan terhadap harga, sehingga para pelaku usaha mendapatkan untung yang lebih tidak seperti hari- hari biasanya yang pengunjung tidak ramai karena kondisi yang seperti itu sangat di inginkan dan para pelaku

usaha membuat kesempatan untuk mendapat keuntungan yang lebih, menurut peneliti praktek tersebut tidak sesuai dengan asas dan tujuan dalam Undang- Undang perlindungan konsumen karena menurut peneliti, konsumen tidak sejalan dengan hak- hak konsumen.

Perlindungan hukum cakupannya luas dan menyangkut hal yang harus dilindungi salah satunya adalah mengenai perlindungan konsumen. Perlindungan menurut Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan konsumen, perlindungan hukum bagi konsumen sangat di butuhkan dalam persaingan dan banyaknya produk serta layanan yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah.

Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berwal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/ atau jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam 2 aspek yaitu; 1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepkati. 2. Perlindungan

konsumen terhadap berlakunya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Perlindungan hukum bagi konsumen bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dari beberapa rumusan mengenai hak-hak konsumen yang diatur dalam undang-undang tersebut. Secara garis besar dibedakan menjadi 3 hak dasar yaitu:

- a. Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal maupun kerugian harta kekayaan.
- b. Hak untuk memperoleh barang dan/ atau jasa dengan harga yang wajar.
- c. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Sebagai konsekuensi dari adanya hak konsumen, maka para pelaku usaha dibebani kewajiban-kewajiban yang harus yang harus dipenuhi dalam menjalankan usahanya. Dalam pasal 7 Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menegaskan bahwa kewajiban pelaku usaha adalah sebagai berikut:

- a. Beritikad dalam melakukan kegiatan usahanya.

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa serta member penjelasan, penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan dan melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/ atau jasa yang diproduksi dan/ atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/ atau jasa yang berlaku.
- e. Member kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/ atau mencoba barang dan/ atau jasa tertentu serta member jaminan dan/ atau garansi atas barang yang dibuat diperdagangkan.
- f. Member kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Member kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian apabila barang dan/ jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Berdasarkan hal yang dikemukakan di atas jelas bahwa kewajiban dari pelaku usaha merupakan hak dari konsumen yang harus dipenuhi dan dilindungi oleh hukum. Perlindungan konsumen harus mendapat perhatian yang lebih

karena seperti yang telah diketahui bahwa tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih sangat rendah.

Dengan demikian, praktek penetapan harga yang terjadi di pantai payangan menurut UU No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terbilang bahwa pelaku usaha yang ada di pantai payangan tidak menjalankan peraturan perundang-undangan yang telah ditentukan, di karenakan masih ada yang mempraktekkan penetapan harga yang tidak sesuai hukum dan merugikan konsumen karena ketidakadilan harga.

**c. Praktek Penetapan Harga Makanan Di Obyek Wisata Pantai Payangan Dalam Perspektif Hukum Islam.**

Sesuai dengan paparan pada sub penyajian data di atas, telah jelas bahwa kebanyakan warung-warung yang berada di obyek wisata pantai payangan telah banyak yang menetapkan harga sendiri/ menaikkan harga yang lebih demi mendapatkan untung yang lebih dan mencari kesempatan pada saat moment tertentu. Meski demikian fakta adanya hukum Islam adanya larangan-larangan tersebut tidak dapat dipungkiri lagi.

Islam sebagaimana agama yang sempurna memberi pedoman hidup pada umat manusia yang mencakup aspek-aspek aqidah, ibadah, akhlak dan kehidupan bermasyarakat. Dalam bermasyarakat manusia selalu berhubungan antara satu sama lain, untuk mencukupi kebutuhan hidupnya. Pergaulan sebagai tempat

orang melakukan perbuatan dalam hubungannya dengan orang lain. Manusia sebagai khalifah didalam bumi, manusia berkewajiban untuk memanfaatkan bumi yang terkandung didalamnya yang serbaberkecupan itu untuk kemaslahatan ummat bukan untuk orang seorang.

Adanya system penetapan harga yang tidak adil antara wisata luar daerah yang ada di warung- warung pantai payangan menyebabkan wisatawan untuk berfikir kembali ketika hendak membeli barang. Bahkan beberapa warung yang ada bisa dikatakan bahwa tersebut menggunakan system penetapan yang tidak sesuai dengan ajaran- ajaran Islam yang ada sehingga lama kelamaan system yang seperti itu sudah banyak diketahui oleh wisatawan.

Terlepas dari adanya hal ini, masyarakat tetap saja membeli makanan di warung tersebut dengan alasan sudah tidak ada lagi dan yang mau ke tempat lain sudah terlalu jauh karena berada agak jauh dari pasar dan tetap membelinya. Sementara di sisi lain, mereka mengetahui adanya kenaikan harga tersebut. Kedua hal ini seolah- olah terkesan rancu. Namun ketika di kaji lagi, wisatawan yang mengetahui adanya kenaikan harga yang seperti itu, pada hakikatnya dapat membatalkan untuk membeli makanan yang ada di sana. Tetapi jika mereka tetap membeli berarti mereka sudah sama- sama rela.

Selain itu, di warung- warung yang ada di pantai payangan ini tidaklah menerapkan kenaikan harga secara keseluruhan dan masih ada juga penjual yang melanggar ajaran- ajaran Islam tersebut karena penjual tersebut ingin jualannya barokah.

Dari pemaparan di atas telah dikemukakan bahwa praktek tersebut masih belum sesuai dengan hukum Islam karena pada umumnya, hakikat harga yang adil (*qimal al- adl*) adalah harga yang dapat diciptakan kemaslahatan bagi penjual dan pembeli secara bersama- sama. Jika terjadi kenaikan harga di pasaran meskipun para pelaku bisnis telah menjual barangnya secara baik, maka kenaikan harga tersebut merupakan kehendak Allah akibat adanya permintaan dan penawaran. Dengan demikian, memaksa para penjual/ pembeli untuk bertransaksi dengan harga yang tidak lazim merupakan suatu bentuk pemaksaan yang tidak dibenarkan.

### **C. Pembahasan Temuan**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang menggunakan wawancara dan observasi penjual dan pembeli, terdapat temuan-temuan yang peneliti temukan dalam penelitian tentang penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan perspektif Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan hukum Islam, diantaranya yaitu:

1. Praktik penetapan harga di pantai payangan, Kecamatan Ambulu, yaitu penjual biasanya menaikkan harga, dari harga normal (biasa). Penjual melakukan praktik tersebut disebabkan dengan adanya beberapa faktor



yaitu: faktor kelangkaan barang hal ini termasuk dari (faktor penawaran dan permintaan), sulitnya barang didapatkan yaitu termasuk (faktor elastic permintaan), maupun faktor transportasi yang termasuk (faktor biaya) sebagaimana disebutkan dalam teori. Efek kebiasaan yang dialami pembeli, maka pembeli mempunyai prediksi tentang penetapan harga yaitu jika barang banyak maka harga akan murah, jika harga langka atau sulit dicari maka harga akan cenderung mahal. Harga menjadi naik biasanya ketika menjelang hari raya atau ketika ada wisatawan lokal dan luar daerah.

2. Dari hasil analisa penelitian, meski adanya larangan terhadap pelaku usaha dalam UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha tetap saja mempraktekannya dalam setiap usaha mereka, sehingga praktek yang sedemikian ini menjadi kebiasaan yang menjamur dalam setiap usaha. Dan seiring dengan waktu berkembangnya praktek ini, lama- kelamaan praktek ini menjadi suatu hal yang maklum yang sudah diketahui oleh banyak orang.
3. Dari hasil analisa penelitian, praktik penetapan harga yang dilakukan penjual di pantai payangan bisa dikatakan sesuai atau tidak bertentangan dengan nilai etika hukum Islam, karena praktik yang dilakukan penjual ini tidak tercantum pada hal-hal terkait dengan *distory pasar* yaitu meliputi rekayasa penawaran dan permintaan, penipuan (*tadlis*) dan kerancauan (*tagrir*). Adapaun praktik bisnis yang dilarang dalam etika bisnis Islam tidak ditemukan di pantai payangan

Kecamatan Ambulu. Dengan adanya alasan-alasan dari penjual seperti biaya transportasi (faktor biaya) dan faktor pengguna lebih banyak dari persediaan barang (faktor permintaan dan penawaran), maka praktik yang dilakukan penjual di pantai payangan, Kecamatan Ambulu tidak termasuk riba karena hal tersebut memang benar adanya ketika barang langka maka penjual juga sulit mendapatkannya. Pelaku bisnis yang dilarang seperti penipuan juga tidak terjadi disana karena pembeli sudah mengetahui jika barang tersebut memang benar-benar langka atau sulit didapatkan, dan penjualpun juga mengatakan kalau barang langka maka dikatakan langka dan jika tidak langka maka penjualpun mengatakan tidak langka, maka jelaslah praktik penetapan harga di pantai payangan Kecamatan Ambulu tidak mengandung praktik *taghrir* (tidak jujur) dan tidak dapat praktik *gharar* (jual beli tidak jelas) karena jual belinya jelas ada uang, ada barang.

IAIN JEMBER

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah melakukan analisis terhadap data yang diperoleh dilapangan tentang penetapan harga makanan di objek wisata pantai payangan perspetif undang- undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan hukum Islam, maka berdasarkan pokok masalah yang ada, dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan.

Dalam praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan, penjual menjual barang dagangannya dengan relatif mahal pada saat moment- moment tertentu seperti pada moment liburan hari raya dan hari- hari besar lainnya, adanya upaya seperti itu untuk menambah pendapatan sehingga momentun liburan dijadikan para pedagang untuk melakukan strategi dagang guna mendapatkan keuntungan yang lebih besar yang tujuannya untuk menutupi penghasilan mereka yang cenderung kurang pada hari- hari biasa agar mereka tidak mengalami kerugian dalam usahanya.

2. Praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan perspektif Undang- Undang No 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen.

Dilihat dari segi Undang- Undang No 8 Tahun 1999 Perlindungan konsumen terdapat penetapan harga di pantai payangan tidak sesuai

dan tidak menjalankan peraturan perundang-undangan yang telah ditentukan, karena masih ada pedagang yang mempraktekkan penetapan yang tidak sesuai dengan hukum dan merugikan konsumen.

### 3. Praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan perspektif Hukum Islam

Praktek penetapan harga yang terjadi di pantai payangan masih belum sesuai dengan hukum Islam yang ada dimana penjual telah menjual dagangannya dengan harga yang relatif mahal demi mendapatkan keuntungan yang lebih, dan terjadi ketidakadilan harga pada saat moment- moment tertentu.

## **B. Saran**

Pada bagian akhir ini penulis bermaksud untuk mengajukan beberapa saran yang berkaitan dengan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun saran-saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk para penjual seharusnya mempunyai daftar harga makanan dan standar yang sama yang diterapkan kepada pembeli, baik itu untuk pembeli yang merupakan wisatawan setempat maupun wisatawan luar daerah Payangan agar tidak ada pihak yang merasa diperlakukan secara tidak adil. Selain itu, kenaikan harga harus tetap berdasarkan pada batas- batas kewajaran yang bisa diterima oleh kedua belah pihak, baik itu penjual maupun pembeli.
2. Bagi pembeli ada baiknya bertanya dahulu kepada penjual tentang harga makanan yang sebelum membeli agar tidak menyesal kemudian.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Mustaq. 2003. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-kautsar.
- Al-Bukhari Al- Imam. 2005. *Terjemah Hadist Shahih Bukhari Jilid II*. Kuala Lumpur : Klang Book Centre.
- Aziz Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Burhanddin. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen Dan Sertifikasi Halal*. Malang: UIN Maliki Press.
- Daud Ali Muhammad. 2014. *Hukum Islam*. Jakarta: Raja Wali Press.
- Dhjuli. 2008. *Kaidah- Kaidah Fikih*. Jakarta: Kencana.
- Huberman Miles. 1988. *Quality Dan Analisi* . California: Sage Publication.
- Kansil. 2003. *Kitab- Kitab Undang-Undang Hukum Perusahaan*. Jakarta: Pradya Pramita.
- Mankiw Gregory N. 2008. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Erlangga
- Milles Matthew. 1992. *Anilisis Dan Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Miru Ahmad. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakrta: PT Raja Grafindo.
- Miru Ahmadi. 2011. *Prinsip- Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Moleong Lexi Mole. 2002. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Karya.
- Muhammad. 2005. *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mujahiddin Ahmad. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Narkubo Cholid. 2003. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Nashirudin Muhammad. 2005. *Terjemah Hadis Shahih Sunan Abu Daud Jilid II*. Kuala Lumpur: Klang Book Centre.
- Patihna Hamid. 2014. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. 2003. *Skala Pengukuran Variabel- Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Siwi Tri Celina Kristiyanti. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.

Swata Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty

Teguh Muhammad. 2001. *Metode Penelitian Ekonomi Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.

**Undang-undang:**

Undang-undang Perlindungan Konsumen (UU RI Nomor 8 Tahun 1999)



## MATRIK PENELITIAN

| JUDUL   | VARIABEL  | SUB VARIABEL   | INDIKATOR   | SUMBER DATA  | METODE PENELITIAN  | FOKUS MASALAH   |
|---|---|--|---|--|--|---|
| Penetapan Harga Makanan di Obyek Wisata Pantai Payangan Perspektif Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam | Penetapan Harga dalam Perspektif Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam | <p>1. Penetapan Harga dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen</p> <p>1. Penetapan Harga dalam Hukum Islam</p> | <p>a. Penetapan harga</p> <p>1) Pengertian penetapan harga</p> <p>2) Cara penetapan harga</p> <p>b. Perlindungan konsumen</p> <p>1) Pengertian perlindungan konsumen</p> <p>2) Tujuan perlindungan konsumen</p> <p>3) Asas perlindungan konsumen</p> <p>4) Hak dan kewajiban konsumen</p> <p>c. Harga dan perlindungan konsumen</p> <p>a. Harga dan mekanisme pasar</p> <p>b. Macam-macam harga dalam islam</p> <p>c. Etika penetapan harga</p> | <p>1. Informan:</p> <p>a. Koordinator wisata</p> <p>b. penjual</p> <p>c. pembeli</p> <p>d. Tokoh Agama</p> <p>2. Kepustakaan</p> | <p>1. Pendekatan dan jenis Penelitian: Kualitatif deskriptif dan studi lapangan (<i>field research</i>)</p> <p>2. Pengumpulan data :</p> <p>a. Observasi</p> <p>b. Interview</p> <p>c. Dokumentasi</p> <p>3. Analisis data: Analisis Deskriptif</p> <p>4. Keabsahan data: Triangulasi Sumber</p> | <p>1. Bagaimana praktek penetapan harga makanan di obyek wisata Pantai Payangan?</p> <p>2. Bagaimana praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan dalam perspektif Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?</p> <p>3. Bagaimana praktek penetapan harga makanan di obyek wisata pantai payangan dalam perspektif Hukum Islam?</p> |



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inzi Inaroh  
NIM : 083132062  
Jurusan/ Prodi : Hukum Ekonomi Islam/ Muamalah  
Fakultas : Syariah  
Institusi : Institut Agama Islam Negeri Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Penetapan Harga Makanan di Objek Wisata Pantai Payangan Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam" adalah hasil penelitian/ karya sendiri, kecuali pada kutipan- kutipan yang dirujuk.

Jember, 28 Desember 2017

Saya menyatakan



**Inzi Inaroh**  
Nim.083132062

### JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

| No | Hari / Tanggal    | Uraian Kegiatan   | Paraf   |
|----|-------------------|---|---|
| 1. | 22 September 2017 | Penyerahan surat pengantar izin penelitian dari IAIN jember ke ketua organisasi                     |  |
| 2. | 22 September 2017 | Wawancara dengan ketua organisasi   |  |
| 3. | 22 September 2017 | Wawancara dengan penjual  |  |
| 4. | 02 Januari 2018   | Wawancara dengan Pembeli  |  |
| 5. | 11 Januari 2018   | Meminta surat rekomendasi selesai penelitian dari Desa Sumberrejo Dusun Payangan dengan Kepala Desa |  |

Sumberejo, 11 Januari 2018  
 Kepala Desa Sumberejo


  
  
**RIONO HADI**



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
FAKULTAS SYARI'AH  
JEMBER

Jl. Mataram No. 1 Mangli Jember, Kode Pos 64136, Telp (0331) 487550, 427005  
Fax (0331) 427005, Web: [www.iajn-jember.ac.id](http://www.iajn-jember.ac.id), email: [iajn@iajn-jember.ac.id](mailto:iajn@iajn-jember.ac.id)

Nomor : B- 5635 /In.20/4.n/PP.00.9/08/2017  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Penelitian Skripsi

Kepada Yth.  
Kepala Desa Payangan Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember  
Di  
Jember

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana S-1 di Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian kepada mahasiswa dengan identitas sebagai berikut:

Nama : INZI INAROH  
NIM : 083132062  
Semester : IX  
Prodi : Muamalah  
Jurusan : Hukum Ekonomi Islam  
Alamat : Desa Tanggul Wetan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember  
No TLP : 083854884024  
Judul Skripsi : Penetapan Harga Makanan di Obyek Wisata Pantai Payangan Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam

Demikian Surat izin ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Jember, 28 Agustus 2017  
an Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
Dan Pengembangan Lembaga





PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER  
**KECAMATAN AMBULU DESA SUMBEREJO**  
Alamat : Jalan payangan no.09 Telepon (0336) 881681

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 474.106/35.09.12.2003/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini kami, Kepala Desa Sumbejo, Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember, menerangkan bahwa ;

Nama : INZI INAROH  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
NIM : 083132062  
Prodi : Muamalah  
Jurusan : Hukum Ekonomi Islam  
Fak. / Univ : Syari'ah / IAIN Jember

Bahwa benar yang bersangkutan telah mengadakan penelitian tentang Penetapan Harga Makanan di Obyek Wisata Pantai Payangan Prespektif Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam di Desa Sumberejo, Kecamatan Ambulu Jember yang telah dilaksanakan pada tanggal 22 September s/d 22 Desember 2017 telah selesai melakukan penelitian.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sumberejo, 11 Januari 2018  
Kepala Desa Sumberejo  
  
KONO HADI

