

**ANALISIS PERBEDAAN HARGA BARANG *DISPLAY* DENGAN *SCAN*  
KASIR DI INDOMARET TASIKMADU DALAM PERSPEKTIF UU NO.8  
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA  
BISNIS ISLAM**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada

Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna

Memperoleh Gelar Sarjana



Oleh :

**NUR DWI SAFITRI**

**NIM.19.21.1.1.190**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH (MU'AMALAH)  
JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN FILANTROPI ISLAM  
FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2023**

**ANALISIS PERBEDAAN HARGA BARANG *DISPLAY* DENGAN *SCAN*  
KASIR DI INDOMARET TASIKMADU DALAM PERSPEKTIF UU NO 8  
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA  
BISNIS ISLAM**

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum  
Dalam Bidang Ilmu Hukum Ekonomi Syariah

Disusun Oleh:

**NUR DWI SAFITRI**

**NIM 19.21.1.1.190**

Sukoharjo, 16 Oktober 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



**Nurul Huda, M. Ag**

**NIP. 19760829 200501 1 002**

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Dwi Safitri  
NIM : 192111190  
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul “**ANALISIS PERBEDAAN HARGA BARANG *DISPLAY* DENGAN *SCAN* KASIR DI INDOMARET TASIKMADU DALAM PERPSEKTIF UU NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA BISNIS ISLAM**”

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sukoharjo, 16 Oktober 2023



Nur Dwi Safitri

NIM 19.21.1.1.190

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Nur Dwi Safitri

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri

Raden Mas Said Di Surakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Nur Dwi Safitri, NIM : 19.21.1.1.190 yang berjudul : **“ANALISIS PERBEDAAN HARGA BARANG *DISPLAY* DENGAN *SCAN KASIR* DI INDOMARET TASIKMADU DALAM PERSPEKTIF UU NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA BISNIS ISLAM”** Sudah dapat dimunaqasyahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasyahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sukoharjo, 16 Oktober 2023

Dosen Pembimbing



Nurul Huda, M. Ag

NIP.19760829 200501 1 002

PENGESAHAN

ANALISIS PERBEDAAN HARGA BARANG *DISPLAY* DENGAN *SCAN*  
KASIR DI INDOMARET TASIKMADU DALAM PERSPEKTIF UU NO 8  
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA  
BISNIS ISLAM

Disusun Oleh:

**NUR DWI SAFITRI**

**NIM. 19.21.1.1.190**

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosyah

Pada hari Rabu, 15 November 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar  
Sarjana Hukum (Di Bidang Hukum Ekonomi Syariah)

Penguji I

**Dr. H. Ah. Kholis Havatuddin, M. Ag**

NIP. 19690106 199603 1 001

(.....  
*diu*.....)

Penguji II

**Luthfiana Zahriani, S.H.,M.H.**

NIP. 19760827 200003 2 002

(.....  
*Luthfiana*.....)

Penguji III

**Jaka Susila, S.H., M.H**

NIP. 19661221 199403 1 003

(.....  
*Jaka Susila*.....)

Dekan Fakultas Syariah



**Dr. Muh. Nashirudin, S.Ag., M.A., M.Ag**

NIP. 197711202 200312 1 003

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.*<sup>1</sup>

(An-Nisa : 29)

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Pentasihan mushaf Al-Qur'an, 2019), Hlm. 65

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat karunia dan kemudahan yang diberikan. Tak lupa sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, rasul pembawa sya'faat, rasul seluruh umat. Kupersembahkan karya ini untuk orang yang senantiasa memberi kasih sayang dan dukungan yang tak terhingga dalam kehidupanku, terkhususnya untuk :

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Sunardi yang senantiasa memberikan semangat, restu dan dukungan untukku dan Ibu Yanti sebagai penyemangatku, dan dengan restu beliau saya bisa sampai pada titik ini.
2. Kakak saya, Aji Setyo Nugroho yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil. Dan seluruh keluarga besar saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih atas doa restu dan dukungannya.
3. Bapak Nurul Huda, M. Ag yang telah membimbing, memberikan saran dan masukan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syariah yang telah mendidik dan membimbingku dari semester satu hingga saat ini.
5. Teman-teman Hukum Ekonomi Syariah angkatan tahun 2019 Kelas F yang sudah menjadi keluarga sampai saat ini.
6. Sahabat-sahabatku Rinna, Dara, Luluk, Erdiana, Ayu dan Salsabila yang telah memberikan semangat, dukungan, canda tawa dan bantuannya.
7. Almamaterku Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta.
8. Terakhir untuk diriku sendiri terima kasih sudah berjuang sampai saat ini, semoga segala hal yang didapatkan dan dicapai bisa bermanfaat bagi orang tua, agama, masyarakat, bangsa dan Negara. Berkah barokah ilmunya, semoga segala hal akan selalu dipermudah dikemudian hari.

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta didasarkan pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988. Pedoman transliterasi tersebut adalah:

### 1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf serta tanda sekaligus. Daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin adalah sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)



ع	'ain	...'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamza h	...'	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
و	Dammah	U	U

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transiterasi
1.	كتب	Kataba

2.	ذکر	Žukira
3.	يذهب	Yazhabu

### b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh :

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

### 3. Maddah

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

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

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	قال	Qāla

2.	قيل	Qīla
3.	يقول	Yaqūlu
4.	رمي	Ramā

### 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua (2), yaitu :

- Ta Marbutah hidup atau yang mendapatkan harakat fathah, kasrah atau dammah transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah /h/.
- Apabila pada suatu kata yang di akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang /al/ serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	روضة الأطفال	Rauḍah al-atfāl / rauḍatul atfāl
2.	طلحة	Ṭalhah

### 4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau Tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda yaitu tanda Syaddah atau Tasydid. Dalam transliterasi ini tanda Syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda Syaddah itu.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	رَبَّنَا	Rabbana
2.	نَزَّلَ	Nazzala

### 5. Kata Sandang

Kata sandang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan huruf yaitu ال. Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang

yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Sedangkan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti dengan huruf Syamsiyyah atau Qamariyyah, kata sandang ditulis dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sambung.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	الرَّجُل	Ar-rajulu
2.	الجلال	Al-Jalālu

## 6. Hamzah

Sebagaimana yang telah disebutkan di depan bahwa Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata maka tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa huruf alif. Perhatikan contoh berikut ini :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	أكل	Akala
2.	تأخذون	Ta'khuḏuna
3.	النؤ	An-Nau'u

## 7. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem bahasa Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasinya huruf kapital itu digunakan seperti yang berlaku dalam EYD yaitu digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandangan maka

yang ditulis dengan huruf kapital adalah nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan tersebut disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
	و ماحمّد إله رسول	Wa mā Muhammadun illā rasūl
	الحمد لله رب العالمين	Al-ḥamdu lillahi rabbil 'ālamīna

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata baik fi'il, isim, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka penulisan kata tersebut dalam transliterasinya bisa dilakukan dengan dua cara yaitu bisa dipisahkan pada setiap kata atau bisa dirangkai.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
	وإن الله لهو خير الرازقين	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn / Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn
	فأوفوا الكيل والميزان	Fa aufū al-Kaila wa al-mīzāna / Fa auful-kaila wal mīzāna

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **ANALISIS PERBEDAAN HARGA BARANG DISPLAY DENGAN SCAN KASIR DI INDOMARET TASIKMADU DALAM PERSPEKTIF UU NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA BISNIS ISLAM**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata (S1) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis telah mendapatkan dukungan dan bantuan dari pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Toto Suharto, S. Ag.,M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta.
2. Bapak Dr. Muh. Nashirudin, S.Ag.,M.A.,M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta.
3. Bapak Muh. Zumar Aminuddin, S. Ag., M.H. selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam.
4. Bapak Masjupri, S. Ag., M. Hum. selaku Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam.
5. Ibu Umi Rohmah, S.H.I.,M.S.I. selaku Koordinator Prodi Hukum Ekonomi Syariah.
6. Bapak Dr. Rial Fuadi, S. Ag. M. Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Bapak Nurul Huda, M. Ag. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, memberikan saran dan masukan sehingga dapat terselesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

9. Kedua orang tuaku serta saudara-saudaraku semua yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas doa, cinta, dan dukungannya.
10. Teman-teman seangkatan khususnya kelas HES F Angkatan 2019 yang telah menjadi teman sekaligus keluarga dalam mencari dan berbagi ilmu.
11. Para pihak yang telah bersedia menjadi narasumber untuk penelitian ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu persatu yang telah berjasa dan membantu baik moril maupun spiritnya dalam penyusunan skripsi.

Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan pada umumnya dan semoga pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini mendapat pahala dari Allah SWT atas amal baik mereka.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sukoharjo, 16 Oktober 2023

Penyusun



Nur Dwi Safitri

## ABSTRAK

**NUR DWI SAFITRI, NIM: 19.21.1.1.190 “ANALISIS PERBEDAAN HARGA BARANG *DISPLAY* DENGAN *SCAN* KASIR DI INDOMARET TASIKMADU DALAM PERSPEKTIF UU NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA BISNIS ISLAM.** Penelitian ini membahas tentang analisis UU No 8 Tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen dan etika bisnis Islam terhadap perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret.. Hal ini menimbulkan pihak konsumen merasa dirugikan karena beban yang harus dibayar menjadi bertambah. Karena beda harga di *display* dengan *scan* kasir.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan adanya perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu. Serta untuk menganalisis pandangan UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan etika bisnis Islam mengenai perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data diperoleh dari data primer yaitu hasil wawancara dengan karyawan dan konsumen Indomaret. Dan dilengkapi dengan observasi dan dokumentasi seperti nota dan foto harga pada etalase mengenai perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir. Serta sumber data sekunder yang diperoleh dari buku-buku referensi, jurnal, dan skripsi terdahulu. Dalam hal ini peneliti sebagai *non partisipan observer*. Proses analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data dan kesimpulan atau verifikasi.

Berdasarkan hasil penelitian, terjadinya perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu disebabkan oleh 3 faktor yaitu kelalaian karyawan, kemalasan, serta data bermasalah dari pusat. Sehingga konsumen merasa dibebankan dengan biaya yang lebih mahal dari harga yang tertera di *display*. Ditinjau dari UU No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, pihak Indomaret belum memenuhi hak-hak konsumen secara menyeluruh yakni pada hak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur dan hak dapat didengar pendapat dan keluhan atas barang yang diterimanya. Dan ditinjau dari etika bisnis Islam, pihak Indomaret sudah belum memenuhi prinsip etika bisnis Islam pada prinsip keseimbangan dan tanggung jawab.

***Kata Kunci* : Perlindungan Konsumen, Etika Bisnis Islam, Indomaret**



## **ABSTRACT**

**NUR DWI SAFITRI, NIM: 19.21.1.1.190 "ANALYSIS OF THE DIFFERENCE IN PRICES OF DISPLAY GOODS WITH CASHIER SCAN AT INDOMARET TASIKMADU FROM THE PERSPECTIVE OF LAW NO 8 OF 1999 CONCERNING CONSUMER PROTECTION AND ISLAMIC BUSINESS ETHICS.** *This research discusses the analysis of Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection and Islamic business ethics regarding the difference in prices of display goods and cashier scans at Indomaret. This causes consumers to feel disadvantaged because the burden they have to pay increases. Because the price displayed is different from the cashier's scan.*

*This research aims to explain the differences in prices of display items with cashier scans at Indomaret Tasikmadu. As well as to analyze the views of Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection and Islamic business ethics regarding the difference in prices of display goods and cashier scans at Indomaret Tasikmadu.*

*This research uses a type of field research using a qualitative approach. The data source was obtained from primary data, namely the results of interviews with Indomaret employees and consumers. And equipped with observations and documentation such as notes and photos of prices in the display case regarding the difference in prices of displayed items with cashier scans. As well as secondary data sources obtained from reference books, journals and previous theses. In this case the researcher is a non-participant observer. The data analysis process is carried out through the stages of data reduction, data presentation and conclusions or verification.*

*Based on the research results, the difference in prices of display items and cashier scans at Indomaret Tasikmadu was caused by 3 factors, namely employee negligence, laziness, and problematic data from the center. So consumers feel they are being charged more expensive than the price stated on the display. Judging from Law No. 8 of 1999 concerning consumer protection, Indomaret has not fulfilled consumer rights as a whole, namely the right to obtain correct, clear and honest information and the right to be able to hear opinions and complaints about the goods they receive. And in terms of Islamic business ethics, Indomaret has not fulfilled the principles of Islamic business ethics on the principles of balance and responsibility.*

**Keywords:** *Consumer Protection, Islamic Business Ethics, Indomaret*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
1. Manfaat Praktis .....	6
2. Manfaat Teoritis .....	6
E. Kerangka Teori .....	7
1. Perlindungan Konsumen .....	7
2. Etika Bisnis Islam.....	10
F. Tinjauan Pustaka.....	13
G. Metode Penelitian .....	17
1. Jenis Penelitian.....	17
2. Sumber Data.....	18
3. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
4. Teknik Pengumpulan Data .....	19

5. Teknik Analisis Data.....	21
H. Sistematika Penulisan .....	22
<b>BAB II LANDASAN TEORI PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA BISNIS ISLAM .....</b>	<b>24</b>
A. Perlindungan Konsumen.....	24
B. Etika Bisnis Islam .....	31
<b>BAB III PERBEDAAN HARGA BARANG <i>DISPLAY</i> DENGAN <i>SCAN</i> KASIR DI INDOMARET TASIKMADU .....</b>	<b>40</b>
A. Sejarah Indomaret .....	40
B. Visi Misi Indomaret .....	42
C. Letak Geografis Indomaret .....	43
D. Jam Operasional Indomaret .....	45
E. Struktur Organisasi Indomaret.....	45
F. Sistem Promosi yang Dilakukan Indomaret .....	49
G. Harga Barang <i>Display</i> Dengan <i>Scan</i> Kasir Di Indomaret .....	57
<b>BAB IV ANALISIS PERBEDAAN HARGA BARANG <i>DISPLAY</i> DENGAN <i>SCAN</i> KASIR PERSPEKTIF UU NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA BISNIS ISLAM.....</b>	<b>64</b>
A. Terjadinya Perbedaan Harga Barang <i>Display</i> dengan <i>Scan</i> Kasir Di Indomaret Tasikmadu .....	64
B. Analisis UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Perbedaan Harga Barang <i>Display</i> dengan <i>Scan</i> Kasir Di Indomaret Tasikmadu .....	65
C. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perbedaan Harga Barang Di Indomaret Tasikmadu .....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>87</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>100</b>

**Daftar Tabel**

Tabel 1.....58

**Daftar Gambar**

Gambar 1.....	46
Gambar 2.....	52
Gambar 3.....	53
Gambar 4.....	54
Gambar 5.....	61

**Daftar Lampiran**

Lampiran 1.....	87
Lampiran 2.....	89
Lampiran 3.....	98

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam mengajarkan bahwa merupakan suatu kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin melaksanakan semua syariah (aturan) islam di segala aspek kehidupan termasuk dalam pencaharian kehidupan ekonomi. Khusus dalam bidang perekonomian, tujuan syariah Islam adalah menciptakan keadilan dan kesejahteraan dalam berbisnis dan berusaha. Keadilan disini dipahami oleh seorang muslim bahwa ketika berbisnis atau bermuamalah harus menaati syariah Islam (hukum Allah) dan mengikuti petunjuk Rasulullah SAW.<sup>2</sup> Meskipun memberikan banyak manfaat bagi konsumen, tetapi para konsumen menjadi objektivitas bisnis bagi para pelaku usaha yang mengambil keuntungan melalui potongan harga maupun penjualan yang merugikan konsumen.<sup>3</sup>

Hukum perlindungan konsumen sangat menjadi perhatian bagi para masyarakat, karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan masyarakat. Bukan hanya masyarakat saja yang mendapatkan

---

<sup>2</sup> Fauzia dan Nurwahida, "Strategi Penetapan Harga Jual dan Penawaran Dalam Perspektif Syariah Toko Sinar Rahmat Kecamatan Sinjai Utara", *Asy-Syirkah (Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi, dan Bisnis Islam)*, Vol. 1, No. 1, 2019, hlm. 13

<sup>3</sup> M.Zainal Arifin dan Pikri Azhari. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Alfamart Kota Palangkaraya", *Jurnal Al-Qardh*, Vol. 5, No. 2, 2017, hlm.

perlindungan konsumen namun pelaku usaha juga memiliki hak yang sama untuk mendapatkan perlindungan setiap hak dan kewajibannya.<sup>4</sup>

Tujuan sebuah perusahaan untuk memperoleh laba yang optimal menjadi hal yang sangat sulit untuk dicapai. Terlebih lagi bagi perusahaan yang memproduksi produk yang sejenis, persaingan harga pun akan tampak, hal inilah yang menjadi tantangan tersendiri bagi para pengusaha, karena seperti yang diketahui bahwa persaingan dalam dunia bisnis pastilah menjadi tantangan utama dalam menjalankan suatu kegiatan bisnis. Setiap perusahaan pasti mempunyai harapan dan tujuan yang ingin dicapai sesuai bidang usahanya.

Berbagai upaya dilakukan mulai dari penyusunan rak yang rapi, variasi produk yang sangat banyak, karyawan yang ramah, pembayaran dengan sistem kasir, harga yang kompetitif dan berbagai promosi yang disediakan oleh pihak Indomart untuk menarik perhatian pelanggan. Demi mencapai pertumbuhan dan perkembangan yang dihadapi sebuah perusahaan dapat memperluas usahanya, dalam memperluas usahanya perusahaan dapat melakukan ekspansi.<sup>5</sup>

Strategi pemasaran sangat diperlukan oleh setiap perusahaan yang menginginkan produk-produk yang mereka hasilkan dapat diterima di pasar sasaran. Setiap perusahaan dapat meningkatkan penjualan produknya dengan menggunakan berbagai macam strategi pemasaran yang efektif

---

<sup>4</sup> Niru Anita Sinaga dan Nunuk Sulisrudatin, "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, Vol. 5, No. 2, 2015, hlm. 72

<sup>5</sup> Nisvi Lailul Linazah, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Underpricing Pada Perusahaan Yang Melakukan Penawaran Umum Perdana di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 1, No. 1, 2015, hlm. 107



dalam meningkatkan pangsa konsumen yang ada. Di zaman modern ini semakin banyak strategi yang dilakukan oleh pihak Indomaret untuk dapat menarik perhatian para masyarakat. Selain kualitas pelayan yang baik dan adanya promosi, harga juga berperan penting dalam keputusan pembelian oleh pelanggan. Harga yang lebih terjangkau akan lebih menarik minat pelanggan dalam membeli produk yang ditawarkan.<sup>6</sup> Harga adalah sejumlah nilai yang akan konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Pemasar dalam suatu perusahaan harus benar dalam menetapkan harga yang tepat dan layak bagi produk atau jasa yang ditawarkan karena menetapkan suatu harga yang tepat merupakan kunci untuk menciptakan dan menangkap nilai pelanggan.<sup>7</sup>

Harga merupakan sejumlah uang yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan variasi barang atau jasa atau nilai tukar barang yang bersangkutan dengan barang atau jasa tersebut. Harga adalah instrument penting dalam sistem jual beli, ketika harga yang ditawarkan itu sesuai dengan mekanisme pasar maka akan terjadi keadilan harga. Namun, jika didalamnya terdapat cara yang batil maka terjadi ketidakadilan harga.<sup>8</sup> Dalam harga itu harus bersifat transparan dan mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjual secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan

---

<sup>6</sup> Lala Veronica, Sistem Promo Dalam Praktik Jual Beli di Indomart Kabupaten Bengkulu Tengah Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif, *Skripsi* Tidak diterbitkan Fakultas Syariah IAIN, Bengkulu 2020, hlm. 6

<sup>7</sup> Meisia A. M. Sondakh, dkk, "Strategi Pemasaran Bisnis Rotel Alfamart Desa Pontak Kecamatan Ranoyapo", *Productivity*, Vol. 2, No. 5, 2021, hlm. 408-409

<sup>8</sup> Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, (Bogor: Guepedia, 2018), hlm. 9

yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dari harga yang telah dibayarkan.

Demi tercapainya target penjualan produk dan jasa, suatu perusahaan memiliki sebuah tujuan inti yaitu selalu mengutamakan kepuasan pelanggan.<sup>9</sup> Seperti kita ketahui bahwa Indomaret memiliki SOP (*Standart Operasional Prosedur*) pelayanan yang sangat di nomor satukan. Dengan kasus bahwa banyak seorang konsumen yang mendapati permasalahan dalam harga barang seperti daftar harga yang berada di etalase tidak sesuai atau berbeda dengan *scan* kasir. Contoh kasus tersebut terdapat seorang konsumen atau pembeli telah membeli sebuah snack oreo original dengan harga Rp 8.900 yang di *display*, kemudian waktu membayar di kasir harga oreo tersebut menjadi Rp 10.600. Harga *display* yang tertera pada etalase itu lebih murah dan ternyata pada saat di hitung harganya berbeda dan menjadi mahal.<sup>10</sup> Perbedaan harga tersebut tentunya menimbulkan kerugian bagi konsumen karena beban biaya yang dikeluarkan menjadi bertambah. Maka dengan itu, pada masa sekarang ini sangat diperlukan bagi perusahaan dalam meneliti harga barang di etalase agar tidak terjadi kasus seperti itu lagi.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat persoalan yang dijadikan dalam bentuk karya ilmiah yakni skripsi. Penulis

---

<sup>9</sup> Sumarsid dan Atik Budi Paryanti, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan SetiaBudi)", *Jurnal Ilmiah M-Progress*, Vol. 12, No. 1, 2022, hlm. 71

<sup>10</sup> Afif Putri Pratiwi (Konsumen Indomaret), *Wawancara Pribadi*, Tanggal 26 September 2023 Jam 16.35

melakukan penelitian dengan mengkaji masalah tersebut dengan UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan etika bisnis Islam apakah perbedaan harga barang pada etalase dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu tersebut sudah sesuai dengan prinsip tersebut atau belum. Sehingga dari hal tersebut penulis memilih judul **ANALISIS PERBEDAAN HARGA BARANG *DISPLAY* DENGAN *SCAN* KASIR DI INDOMARET TASIKMADU DALAM PERSPEKTIF UU NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA BISNIS ISLAM.**

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana bisa terjadi perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu ?
2. Bagaimana perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu menurut perspektif UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ?
3. Bagaimana perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu menurut perspektif etika bisnis Islam ?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mendeskripsikan perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu
2. Menganalisis perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu menurut perspektif UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

3. Menganalisis perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu menurut perspektif etika bisnis Islam

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Praktis**

- a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis dan mahasiswa serta mahasiswa yang terkhusus untuk program studi Hukum Ekonomi Syariah dan semua civitas akademika UIN Raden Mas Said Surakarta serta semua pihak yang membaca penelitian ini
- b. Sebagai bahan informasi serta masukan untuk berbagai kalangan masyarakat Kecamatan Tasikmadu Kabupaten Karanganyar
- c. Menjadi salah satu referensi atau bahan acuan untuk peneliti yang akan mengadakan penelitian yang sesuai dengan masalah yang serupa atau persis di waktu yang akan datang

##### **2. Manfaat Teoritis**

- a. Untuk kepentingan ilmiah yang diharapkan bisa memberikan kontribusi yang memiliki kegunaan untuk keilmuan ekonomi baik secara umum maupun syariah
- b. Diharapkan dapat menjadi sebuah wacana baru sekaligus memberikan pemahaman dan pengetahuan baru khususnya kepada masyarakat tentang perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Perlindungan Konsumen**

#### **a. Pengertian Perlindungan Konsumen**

Konsumen secara umum adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sedangkan makna dari perlindungan konsumen sendiri ditujukan kepada konsumen sebagai pemakai terakhir dari suatu produk barang atau jasa kemudian mengubah atau mengolah menjadi produk lain dan kemudian diperdagangkan kembali untuk mencapai sebuah profit/keuntungan.<sup>11</sup>

Dalam hukum semua pihak memiliki kedudukan yang seimbang, tetapi pada hukum perlindungan konsumen ini kedudukan konsumen yang paling lemah. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen itu sendiri adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya yang masih sangat rendah.

#### **b. Tujuan Perlindungan Konsumen**

Pasal 3 UUPK menguraikan tentang tujuan dari perlindungan konsumen, antara lain :

---

<sup>11</sup> Sarah Selfina Kuahaty dkk, "Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa Di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupatwn Maluku Tengah", *Al Wadthu Jurnal Pengabdian Hukum*, Vol. 1, No. 2, 2021, hlm. 65

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang atau jasa
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
- d. Menciptakan sistem 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 jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.<sup>12</sup>

**c. Pihak-pihak yang terkait dalam perlindungan konsumen**

Setiap kegiatan ekonomi seperti produksi, distribusi, dan konsumsi tidak luput dengan peran pelaku usaha dan konsumen. Konsumen menjadi hal penting dalam melakukan setiap kegiatan usaha. Berikut pihak-pihak terkait perlindungan konsumen antara lain :

1) Konsumen

Kata konsumen berasal dari bahasa Inggris yaitu *consumer*.

Dalam bahasa Belanda, istilah konsumen disebut dengan

---

<sup>12</sup> M. Sadar, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, (Jakarta: Akademia, 2012), hlm. 20

*consument*. Konsumen secara harfiah berarti orang yang memerlukan, membutuhkan, membelanjakan serta menggunakan. Menurut KBBI, konsumen adalah barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya) atau juga berarti sebagai pemakai barang atau jasa.

Konsumen adalah sebagai orang atau pihak yang membayar untuk mendapatkan jasa atau produk dengan tujuan memenuhi kebutuhan hidup mereka.<sup>13</sup> Kepentingan konsumen memenuhi kebutuhan hidup dengan menghitung keterjangkauan daya belinya.

## 2) Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha yang didirikan dan berkedudukan melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia baik secara individu maupun kelompok melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.<sup>14</sup>

### **d. Hak dan Kewajiban Konsumen**

John F. Kennedy, Mantan Presiden Amerika Serikat, pada tahun 1962 telah mengemukakan 4 hak dasar konsumen, antara lain<sup>15</sup>

:

---

<sup>13</sup> Muhammad Idris, Apa yang dimaksud dengan Konsumen, <https://money.kompas.com/read/2021/09/11/195821026/apa-yang-dimaksud-dengan-konsumen>, diakses pada tanggal 17 November 2023 Jam 10.22

<sup>14</sup> Undang-Undang RI No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, (Bandung:Citra Umbara, 2007), hlm. 3

<sup>15</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung: Nusa Media, 2015), hlm. 61

- a. Hak untuk memperoleh keamanan (*the right to safe product*)
- b. Hak untuk mendapatkan informasi tentang produk (*the right to the informed about products*)
- c. Hak untuk menentukan pilihan dalam memilih produk (*the right to definite choices in selecting products*)
- d. Hak untuk didengar tentang kepentingan sebagai konsumen (*the right to be heard regarding consumer interests*)

Selain hak konsumen, UUPK juga menyebutkan mengenai kewajiban konsumen sebagaimana telah termaktub dalam Pasal 5 UUPK, antara lain :

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

## **2. Etika Bisnis Islam**

### **a. Pengertian Etika Bisnis Islam**

Secara etimologi, etika berasal dari bahasa latin *ethicus* dan Yunani kuno yaitu *ethos*, yang berarti kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir. Istilah etika telah dipakai oleh Aristoteles filsuf Yunani untuk



menunjukkan firasat moral. Jadi etika berarti prinsip, norma dan standar perilaku yang mengatur individu maupun kelompok yang membedakan apa yang benar dan apa yang salah.<sup>16</sup>

Etika mengarahkan pada manusia dalam menuju aktualisasi kapasitas terbaiknya. Penerapan etika dan kejujuran dalam bisnis akan meningkatkan nilai entitas bisnis itu sendiri. Etika merupakan seperangkat prinsip moral yang membedakan baik dari yang buruk. Sedangkan bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha konsumen di dunia perdagangan, dan bidang usaha sehingga bisnis merupakan suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi serta penjualan barang dan jasa yang di inginkan oleh konsumen untuk memperoleh sebuah keuntungan. Dalam bisnis, etika berperan sebagai pedoman atau prinsip moral untuk membedakan mana yang baik dan yang benar bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun tidak tertulis.

#### **b. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam**

---

<sup>16</sup> Sri Nawatmi, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Fokus Ekonomi (FE)*, Vol. 9, No. 1, 2010, hlm. 51

Prinsip-prinsip dalam menjalankan bisnis menurut Faisal Badroen tahun 2006, antara lain<sup>17</sup> :

1) Tauhid (*Unity*)

Prinsip (*unity*) kesatuan ini merupakan etika yang sangat penting dalam transaksi jual beli. Prinsip tauhid ini yaitu dengan menjauhi larangan Allah SWT seperti tidak melakukan gharar, riba, dan lain-lain.

2) Keseimbangan/Adil (*Equilibrium*)

Perilaku yang adil akan mendekatkan diri kepada ketaqwaan. Karena itu di dalam bisnis Islam telah melarang umatnya untuk menipu. Islam telah mengajarkan agar penganutnya selalu berlaku adil dan senantiasa berbuat kebaikan.

3) Kehendak bebas (*Free will*)

Kebebasan merupakan hal penting dalam etika bisnis Islam, namun jangan sampai kebebasan ini dapat merugikan pihak lain.

4) Tanggung jawab (*Responsibility*)

Prinsip tanggung jawab ini artinya dimana suatu hal yang perlu dilakukan oleh seseorang guna melakukan kehendak

---

<sup>17</sup> Nine Haryanti dan Trisna Wijaya, "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 2, 2019, hlm. 126

bebas dengan adanya pertanggungjawabam untuk memenuhi keadilan.

5) Kebenaran (*Goodness*)

Prinsip kebenaran ini mengandung arti kebenaran, kebajikan serta kejujuran. Dalam menetapkan keuntungan, etika bisnis Islam telah mengatur dan menjaga kegiatan yang prevetif terhadap kemungkinan adanya kerugian dari salah satu pihak yang melakukan transaksi.

#### **F. Tinjauan Pustaka**

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Siti Fatonah, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam pada Program Strata 1 (S1) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu tahun 2019, dalam skripsinya yang berjudul “Kepastian Harga Pada Label *Price* Di Hypermart Bencoleen Indah Mall Dalam Perspektif Ekonomi Islam” dalam skripsinya ini menjelaskan mengenai ditemukannya persoalan mengenai kepastian label harga yang kurang sesuai karena rendahnya pemahaman karyawan terhadap konsep transparansi harga dalam Islam. Dan menurut pandangan ekonomi islam bahwa kepastian harga pada label *price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall belum sesuai dengan 4 konsep transparansi

harga dalam Islam.<sup>18</sup> Perbedaan dari skripsi dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah tempat dan objek yang diteliti. Penelitian ini dilakukan di Hypermart Bencoleen Indah Mall dan objek yang diteliti mengenai kepastian harga dari segi ekonomi Islam.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Laili Amalia, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Program Strata 1 (S1) Institut Agama Islam Negeri Ponorogo tahun 2023, dalam skripsinya yang berjudul “Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Fotokopi dan Percetakan Mitra Jetis Kabupaten Ponorogo)” dalam skripsinya ini menjelaskan tentang penetapan harga jual dengan pembulatan harga yang tidak dikonfirmasi terlebih dahulu pada pelanggan sehingga salah satu pihak merasa dirugikan. Dan pada Fotokopi dan Percetakan Mitra masih menyalahi prinsip adil dalam menerapkan mekanisme ekonomi Islam dalam melakukan penetapan harga.<sup>19</sup> Perbedaan dari skripsi dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah tempat dan permasalahannya. Penelitian ini dilakukan di Fotokopi dan Percetakan Mitra Jetis Kabupaten Ponorogo dan permasalahan yang diteliti

---

<sup>18</sup> Siti Fatmah, “Kepastian Harga pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Skripsi Tidak Diterbitkan, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, Bengkulu, 2019

<sup>19</sup> Laili Amalia, “Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Fotokopi dan Percetakan Mitra Jetis Kabupaten Ponorogo)”, Skripsi Tidak Diterbitkan, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Ponorogo 2023

yaitu tentang pembulatan harga yang tidak dikonfirmasi kepada pelanggan sehingga merasa dirugikan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Novia Yulianti Azali, Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum pada Program Strata 1 (S1) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2016, dalam skripsinya yang berjudul “Perlindungan Konsumen Terhadap Selisih Harga Pada Label *Display* Dan Kasir Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Di Supermarket Pamella Dua dan Superindo Yogyakarta)” dalam skripsinya ini menjelaskan tentang perlindungan hukum mengenai perlindungan konsumen atas selisih harga itu bersifat preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif yang diberikan oleh Supermarket Pamella Dua masih sangat rendah, sementara perlindungan hukum represif cukup baik. Hal ini sesuai dengan ketentuan UUPK dan Permendag Nomor 35 Tahun 2013 tentang Pencantuman Harg Barang dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan.<sup>20</sup> Perbedaan dari skripsi dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah tempat dan tinjauannya. Penelitian ini dilakukan di Supermarket Pamella Dua dan Superindo Yogyakarta dan dalam skripsi ini ditinjau dari UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

---

<sup>20</sup> Novia Yulianti Azali, “Perlindungan Konsumen Terhadap Selisih Harga Pada Label *Display* Dan Kasir Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Di Supermarket Pamella Dua dan Superindo Yogyakarta)”, Skripsi Tidak Diterbitkan, Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta 2016

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Victorinus Laoli, dari Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol. 1 No. 2 Tahun 2018 dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Pembelian Bahan-Bahan Bangunan UD. Sentosa Gunung Sitoli)” dalam jurnalnya ini menjelaskan tentang strategi penetapan harga yang sangat berpengaruh terhadap volume penjualan perusahaan.<sup>21</sup> Perbedaan dari skripsi dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah tempat dan permasalahannya. Penelitian ini dilakukan di bahan bangunan UD. Sentosa Gunung Sitoli dan permasalahannya tentang penetapan harga terhadap keputusan pembelian bahan-bahan bangunan Ud. Sentosa Gunung Sitoli.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Henri Saragih, Dari Jurnal Ilmiah Methonomi Vol. 1 No. 2 Tahun 2015 dengan jurnal yang berjudul “Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Nutrica Indonesia Sejahtera Medan” dalam jurnalnya ini menjelaskan tentang permintaan terhadap produk perusahaan cukup sensitive terhadap perubahan harga jual, dimana presentase penurunan kuantitas penjualan produk itu lebih cepat dibanding penurunan volume penjuala secara riil.<sup>22</sup> Perbedaan skripsi

---

<sup>21</sup> Victorinus Laoli, “Analisis Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Pembelian Bahan-Bahan Bangunan UD. Sentosa Gunung Sitoli)”, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 2, 2018, hlm. 20

<sup>22</sup> Henri Saragih, “Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Nutrica Indonesia Sejahtera Medan”, *Jurnal Ilmiah Methonomi*, Vol. 1, No. 2, 2015, hlm. 46

dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah inti permasalahannya yaitu tentang penetapan harga jual dalam peningkatan volume penjualan pada PT. Nutrica Indonesia Sejahtera Medan.

## **G. Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan upaya menyelidiki dan meneliti suatu masalah dengan menggunakan cara kerja ilmiah secara cermat dan teliti untuk mengumpulkan, mengolah, melakukan analisis data dan mengambil kesimpulan secara sistematis dan objektif guna memecahkan suatu masalah atau menguji hipotesis untuk memperoleh suatu pengetahuan yang berguna bagi kehidupan manusia.<sup>23</sup>

### **1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian Kualitatif. Dari permasalahan yang ditemukan dalam penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang objeknya mengenai gejala-gejala atau peristiwa yang terjadi pada kelompok masyarakat sehingga penelitian ini juga bisa disebut penelitian kasus atau study

---

<sup>23</sup> Rifa'I Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, cetakan pertama (Yogyakarta : SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), hlm. 2

kasus (*case study*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif.<sup>24</sup> Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berpangkat dari pola pikir induktif yang didasarkan atas pengamatan objektif partisipatif terhadap suatu gejala (fenomena) sosial.<sup>25</sup>

## 2. Sumber Data

Penulis menggunakan dua sumber jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama atau informan secara langsung dari tempat penelitian dapat dikatakan bahwa data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari subjek atau objek penelitian.<sup>26</sup> Data primer mengacu pada data yang telah dikumpulkan secara langsung.<sup>27</sup> Data tersebut diperoleh dari wawancara kepada beberapa konsumen dan karyawan di Indomaret Tasikmadu.

### b. Data Sekunder

---

<sup>24</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, cet-ke-15, (Jakarta : Rineka Cipta, 2013). hlm. 121

<sup>25</sup> Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, Cetakan pertama (Sumatera : Wal Ashri Publishing, 2020), hlm. 7

<sup>26</sup> Lila Pangestu Hadiningrum, *Metode Penelitian Ahlimedia Sebuah Penghantar Disiplin Keilmuan*, (Malang: Ahlimedia Press (Anggota IKAPI: 264/JTI/2020)), Cetakan Pertama, 2021, hlm. 36

<sup>27</sup> Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Cetakan pertama (Yogyakarta : CV Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 401



Data yang tersedia sebelumnya yang dikumpulkan dari sumber-sumber tidak langsung. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari catatan transaksi, buku, surat kabar, website, dan media lainnya.

### **3. Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **a. Lokasi Penelitian**

Lokasi atau yang digunakan untuk penelitian adalah Dusun Pandeyan Kecamatan Tasikmadu Kabupaten Karanganyar.

#### **b. Waktu Penelitian**

Waktu pelaksanaan penelitian akan direncanakan adalah enam bulan yang dimulai pada Bulan Mei 2023 sampai pada Bulan September 2023

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan teknik pengumpulan data yang riil (nyata) dilakukan dalam penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian perlu dipantau agar data yang diperoleh dapat terjaga tingkat validitas dan reliabilitasnya.<sup>28</sup> Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan pada perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomart Tasikmadu sebagai berikut :

---

<sup>28</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian*, Cetakan pertama (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 72

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu dasar fundamental dari semua metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, khususnya menyangkut tentang ilmu-ilmu sosial dan perilaku manusia.<sup>29</sup> Dalam hal ini observasi yang dilakukan penulis sebagai *non partisipan observer* yakni pada teknik pengamatan perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu.

b. Teknik Interview/Wawancara

Wawancara (*interview*) digunakan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan fakta, kepercayaan, perasaan, keinginan dan sebagainya yang diperlukan untuk memenuhi tujuan penelitian.<sup>30</sup> Pemilihan narasumber menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.<sup>31</sup> Pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, maksudnya orang tersebut yang mengalami adanya perbedaan harga etalase dengan *scan*

---

<sup>29</sup> Hasyim Hasanah, "Teknik-Teknik Observasi", *Jurnal at-Taqaddum*, Vol. 8, No. 1, 2016, hlm. 26

<sup>30</sup> Mita Rosaliza, "Wawancara Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif", *Jurnal Ilmu Budaya*, Vol. 11, No. 2, 2015, hlm. 71

<sup>31</sup> Faizal Chan dkk, "The Impact Of Bullying The Confidence Of Elemetary School Student", *Jurnal Pendas Mahakam*, Vol. 4, No. 2, 2019, hlm. 154

kasir pada saat belanja di Indomaret Tasikmadu. Orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan peneliti sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang akan diteliti.<sup>32</sup> Narasumber dalam penelitian ini adalah karyawan dan konsumen Indomaret Tasikmadu.

c. Dokumentasi

Untuk melengkapi data penelitian ini, peneliti akan melakukan pengumpulan data dengan metode documenter. Metode documenter adalah setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik yang bersifat tulisan, lisan, gambar atau *arkeologis*.<sup>33</sup> Dalam studi ini penyusun mencari dan mempelajari beberapa dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian ini terjadinya perbedaan harga barang. Seperti nota dan dokumentasi harga pada etalase.

## 5. Teknik Analisis Data

Setelah data diperoleh, maka penulis akan menganalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu teknik dengan menggambarkan seluruh aspek peneliti yang ada, sehingga dapat memberi gambaran antara yang seharusnya dan senyatanya terjadi di

---

<sup>32</sup> Lila Pangestu Hadiningrum, *Metode Penelitian Ahlimedia Sebuah Pengantar Disiplin Keilmuan*, (Malang: Ahlimedia Press (Anggota IKAPI:264/JTI/2020)), Cetakan Pertama, 2021, hln. 31-31

<sup>33</sup> Natalina Nilamsari, "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif", *Wacana*, Vol. XIII, No. 2, 2014, hlm. 78

lapangan. Dengan demikian penelitian ini bersifat deduktif, yaitu menggunakan proses pada suatu kasus yang bersifat umum, yang keberadaannya telah diketahui serta diyakini, dan akan ditarik kesimpulan di akhir yang bersifat khusus. Sehingga metode deduktif merupakan penarikan kesimpulan dari data yang bersifat umum.<sup>34</sup> Penulis mengumpulkan data dari lapangan yaitu dari hasil wawancara dan dokumentasi di Indomaret Tasikmadu. Kemudian data akan diteliti, dianalisis dan ditarik kesimpulan, penulis akan mencoba untuk memaparkan tinjauan UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam terhadap perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu.

#### **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan diperlukan agar dapat kejelasan arah dalam masalah yang dihadapi, oleh karena itu sesuai dengan masalah yang dihadapi penulis membagi dalam 5 (lima) bab, yaitu :

Bab I Pendahuluan, Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat hasil penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Gambaran umum perlindungan konsumen dan etika bisnis Islam. Bab ini merupakan gambaran secara umum mengenai perlindungan konsumen terkait pengertian, asas-asas, tujuan dan hak-hak

---

<sup>34</sup> Michael Quinn Patton, *Metodologi Evaluasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 250

konsumen. Dan gambaran umum etika bisnis Islam terkait pengertian dan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Bab III Perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu. Bab ini penulis akan menjelaskan tentang sejarah Indomaret dan semua seputar Indomaret Tasikmadu yang meliputi letak geografis, visi misi dan jam operasional. Dalam bab ini disajikan data hasil wawancara dan dokumen terkait perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomart Tasikmadu.

Bab IV Analisis perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir dengan menggunakan tinjauan UU No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan etika bisnis Islam.

Bab V Penutup, Bab ini memuat kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dilakukan dan memberikan saran yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh solusi atas permasalahan tersebut.

**BAB II**

**LANDASAN TEORI PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA BISNIS**

**ISLAM**

**A. Perlindungan Konsumen**

**1. Pengertian Perlindungan Konsumen**

Istilah perlindungan hukum dalam bahasa Inggris dikenal dengan *legal protection*, sedangkan dalam bahasa Belanda dikenal dengan *Rechts bescherming*. Secara etimologi perlindungan hukum terdiri dari dua suku kata yaitu perlindungan dan hukum.<sup>35</sup> Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian perlindungan adalah hal melindungi tau memproteksi, sedangkan konsumen adalah pemakai barang hasil produksi. Berdasarkan UUPK Pasal 1 menyatakan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen merupakan suatu masalah yang berhubungan dengan kepentingan manusia, oleh karena itu menjadi harapan bagi semua bangsa guna dapat mewujudkan perlindungan hukum serta jaminan kepastian hukum terhadap konsumen yang merasa dirugikan agar dapat terpenuhi hak-hak konsumen.<sup>36</sup>

Adapun definisi perlindungan konsumen menurut para ahli, antara lain :

---

<sup>35</sup> Chandra Adi Gunawan Putra, dkk, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat”, *Jurnal Analogi Hukum*, Vol. 5, No. 1, 2023, hlm. 88

<sup>36</sup> Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), hlm. 5

- a. Menurut Black's Law Dictionary mengartikan perlindungan konsumen sebagai "*a statute that safeguards consumers in the use goods and service*", yang berarti bahwa sebuah undang-undang yang melindungi konsumen dengan menggunakan barang dan jasa.
- b. Menurut Shidarta, perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak yang berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.<sup>37</sup>
- c. Menurut Az. Nasution, bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat mengenai asas dan kaidah yang mengatur dan mengandung sifat melindungi konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara pelaku usaha dengan konsumen terkait barang dan jasa di dalam hidup.

Dengan adanya UUPK yang merupakan hukum positif yang ada di Indonesia, maka hak-hak dan kepentingan konsumen menjadi terlindungi dan terjamin secara pasti. Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dilakukan dengan cara memberikan pendidikan bagi konsumen guna meningkatkan harkat dan martabatnya.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Grasindo, 2006), hlm. 10

<sup>38</sup> Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), hlm. 6

## 2. Asas-asas Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan hal penting yang bertujuan untuk menjaga keseimbangan hubungan hukum antara konsumen dan produsen, sehingga diperlukan prinsip perlindungan hukum bagi konsumen.<sup>39</sup> Dalam memberikan perlindungan konsumen, terdapat beberapa asas mengenai perlindungan konsumen yang telah tercantum di dalam Pasal 2 UUPK, yaitu :<sup>40</sup>

### a. Asas Manfaat

Mengamanatkan bahwa segala upaya yang dilakukan dalam penyelenggaraan penyelesaian permasalahan perlindungan konsumen, harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

### b. Asas Keadilan

Partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

### c. Asas Keseimbangan

Memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil maupun spiritual.

### d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

---

<sup>39</sup> Rani Apriani, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Perbankan Di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Hukum De'Jure :Kajian Ilmiah Hukum*, Vol. 2, No. 2, 2017, hlm. 7

<sup>40</sup> Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), hlm. 11-13



Memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang atau jasa yang digunakan.

e. Asas kepastian hukum

Pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.

### **3. Tujuan Perlindungan Konsumen**

Berdasarkan Pasal 3 UUPK terdapat beberapa tujuan perlindungan konsumen antara lain :

a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri

Tujuannya untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, serta kemandirian konsumen dalam melindungi konsumen itu sendiri dan sebagai bentuk pencegahan kerugian.

b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang atau jasa

Tujuannya agar konsumen tidak lagi dijadikan objek melainkan menjadi salah satu subyek dalam aktivitas bisnis antara pelaku usaha dan konsumen merupakan pihak yang sejajar, saling membutuhkan dan saling menguntungkan satu sama lain tanpa ada pihak lain yang merasa dirugikan.

- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen

Salah satu cara untuk memberdayakan konsumen yaitu membekali konsumen dengan pengetahuan tentang hukum perlindungan konsumen agar konsumen mengerti akan hak-haknya sebagai konsumen.

- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi

Dengan berlakunya UUPK yang telah menetapkan hak dan kewajiban terhadap konsumen dan pelaku usaha, diharapkan dapat dijadikan sebagai pedoman yang harus ditaati baik konsumen maupun pelaku usaha.

- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.

Agar pelaku usaha mampu meningkatkan kesadaran akan pentingnya perlindungan hukum terhadap konsumen. Pelaku usaha tidak boleh mementingkan kepentingan pribadi, melainkan harus jujur dan meyakinkan dalam memasarkan produk yang ditawarkan.

- f. Meningkatkan kualitas barang atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen

Ditengah persaingan usaha yang ada konsumen cenderung memilih barang/jasa dengan kualitas terbaik dan aman untuk digunakan atau dikonsumsi.

#### **4. Hak dan Kewajiban Konsumen**

Adapun hal-hal yang menjadi hak dari konsumen tercantum dalam Pasal 4 UUPK, yaitu :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa
- b. Hak untuk memilih barang serta mendapatkan barang/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Konsumen berhak untuk mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan harga yang dibeli, dan konsumen berhak untuk mengajukan komplain terhadap pelaku usaha atas barang yang kondisinya tidak sesuai dengan nilai tukar.<sup>41</sup>

- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang

Konsumen berhak mendapatkan informasi yang akurat mengenai barang/jasa yang akan dibelinya sebelum melakukan pembelian. Maka pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar dan jujur kepada konsumen dengan penuh tanggung jawab.

- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang/jasa yang digunakan

---

<sup>41</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung: Nusa Media, 2015), hlm. 33

Konsumen sering menerima barang/jasa yang tidak sesuai dengan keinginan seperti barang tidak sesuai dengan informasi yang telah disampaikan oleh pelaku usaha. Berdasarkan hal tersebut, maka pelaku usaha harus dapat menerima keluhan dari konsumen dan dapat dijadikan masukan untuk pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas barang/jasa.

- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa

Advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa bagi konsumen sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen

Pelaku usaha harus memberikan edukasi yang baik dan benar kepada konsumen, bukan mengeksploitasi konsumen untuk mendapatkan keuntungan lebih.

- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur

Pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang sama kepada konsumen tanpa memandang suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin dan status sosial lainnya.

- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang tidak sesuai dengan perjanjian

Konsumen yang tidak mendapatkan barang sesuai dengan perjanjian, berhak atas kompensasi, ganti rugi atau penggantian yang bertujuan agar konsumen tidak mengalami kerugian.

- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya

Adanya ketentuan ini membuka peluang bagi pemerintah untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen yang tidak diatur dalam ketentuan di atas.

Selain hak konsumen, UUPK juga menyebutkan mengenai kewajiban konsumen yang telah diatur dalam Pasal 5 UUPK, yaitu :

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

## **B. Etika Bisnis Islam**

### **1. Pengertian Etika Bisnis Islam**

Secara etimologi, etika (*ethics*) berasal dari bahasa Yunani yakni *ethikos* yang memiliki arti pertama, tugas, aturan moral, tanggung jawab, dan lain-lain. Etika memiliki arti sebagai aktualisasi kehidupan yang baik secara normal. Pengertian etika adalah *a code or set of*

*principles which people live* yang artinya seperangkat prinsip atau prinsip-prinsip yang mengatur tentang kehidupan manusia.<sup>42</sup>

Etika secara terminologi adalah studi tentang konsep, nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip umum yang teah membenarkan untuk mengaplikasikannya.<sup>43</sup> Etika merupakan bagian dari filsafat tentang nilai, norma atau moralitas. Etika sebagai praksis sama artinya dengan moral atau moralitas apa yang harus dilakukan, tidak boleh dilakukan, pantas dilakukan dan sebagainya. Etika sebagai refleksi adalah pemikiran normal.<sup>44</sup> Etika adalah disiplin ilmu yang berkaitan dengan suatu kajian secara kritis mengenai adat kebiasaan, nilai serta norma-norma perilaku kehidupan manusia yang dianggap baik atau tidak baik.<sup>45</sup>

Kata “Bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “Bussiness” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan. Pengertian bisnis pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan atau jasa untuk memuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh

---

<sup>42</sup> Aris Baidowi, “Etika Bisnis Perspektif Islam”, *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 9, No. 2, 2011, hlm. 241

<sup>43</sup> Achmad Yusuf Marzuqi dan Achmad Badarudin Latif, “Manajemen Laba Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam”, *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, Vol. 7, No. 1, 2010, hlm. 4

<sup>44</sup> K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2022), hlm. 26

<sup>45</sup> Nandang Ihwanudin, dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam (Teori dan Aplikasi)*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022), Hlm. 19

masyarakat.<sup>46</sup> Secara etimologi, bisnis berasal dari Bahasa Inggris yaitu *business* dari kata *busy* yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Hal ini berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok yang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.<sup>47</sup>

Etika bisnis diartikan sebagai memaksa norma-norma agama bagi dunia bisnis, memasang kode-kode etika profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi.<sup>48</sup> Etika bisnis Islam merupakan suatu proses atau upaya untuk mengetahui hal-hal mana yang benar dan salah yang sering dipakai dalam menentukan bagaimana sikap untuk melakukan hal yang benar berkenaan dengan suatu produk.

Etika bisnis Islam mempelajari tentang perilaku penuh tanggungjawab dan modal. Artinya bahwa etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral tentang kegiatan bisnis. Bisnis dalam etika bisnis Islam ini tidak bertujuan jangka pendek dan semata-mata untuk individual dan mencari keuntungan semata, tetapi jangka panjang yaitu antara dirinya dengan Allah SWT.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah suatu perilaku dalam melaksanakan atau menjalankan bisnis dengan berdasarkan nilai-nilai Islam, sehingga

---

<sup>46</sup> Buchari Alma, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 5

<sup>47</sup> *Ibid*, Hlm. 20

<sup>48</sup> Kurniasih Setyagustina dkk, *Pasar Modal Syariah*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2023), hlm. 11

tidak ada kekhawatiran yang timbul karena telah dipastikan sebagai sesuatu yang baik dan benar.

Dalam menciptakan etika bisnis, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain<sup>49</sup> :

- a. Pengendalian diri
- b. Pengembangan tanggung jawab sosial
- c. Mempertahankan jati diri terhadap pesatnya perkembangan informasi dan teknologi
- d. Menciptakan persaingan secara sehat
- e. Menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan
- f. Menumbuhkan sikap saling percaya dan konsisten terhadap kesepakatan bersama

## **2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam**

Untuk membangun sebuah bisnis yang sehat dan terus berkembang, dalam bisnis terdapat beberapa prinsip etika bisnis, antara lain:

- a. Tauhid/Kesatuan (*Unity*)

Menurut Muhammad Djakfar, tauhid adalah sebuah ekspresi pengakuan akan adanya Tuhan yang maha Esa sebagai muara berlabuhnya pertanggung jawaban dari semua perbuatan

---

<sup>49</sup> Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam*, (Banten: CV. Media Karya Kreatif, 2020), hlm. 14-15



manusia yang tidak bisa dihindari oleh siapapun.<sup>50</sup> Merupakan sebuah konsep tauhid, persatuan, aspek sosial ekonomi politik dan alam, dan menghindari diskriminasi di segala aspek kegiatan yang tidak etis. Tauhid atau kesatuan ini menyadarkan manusia sebagai makhluk yang bertuhan. Maka demikian dalam berbisnis manusia tidak lepas dari pengawasan Tuhan.<sup>51</sup>

Harta kekayaan yang diperoleh manusia melalui bisnis tidaklah berarti bisa dikuasainya secara mutlak tanpa batas, tetapi terbatas dan relative. Karena pemilik mutlak itu pada hakikatnya hanya Allah SWT. Melakukan penetapan harga juga harus mempertimbangkan dasar prinsip kesatuan. Yang dimana didalam penentuan ini harus standar dalam arti tidak terlalu berlebihan juga tidak terlalu kurang. Karena pada dasarnya apapun yang kita beli /yang kita lakukan dalam berbisnis tentunya dalam pengawasan Tuhan. Harga yang benar itu harga yang pas sesuai disetiap produk dan kualitasnya masing-masing.

b. Kejujuran/Kebenaran

Prinsip kejujuran merupakan sebuah kunci keberhasilan suatu bisnis yang berupa kejujuran dalam pengendalian kontrol terhadap konsumen, hubungan kerja dan sebagainya. Maksud dari

---

<sup>50</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Perss, 2008), hlm. 101

<sup>51</sup> Ghafur, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 1, 2018, hlm. 15-16

prinsip kebenaran/kejujuran ini adalah niat, sikap dan perilaku pelaku bisnis benar dalam melakukan proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun proses dalam memperoleh keuntungan.

Faktor utama penunjang keberhasilan ternyata kejujuran berada di posisi paling atas. Artinya, kejujuran merupakan modal terbesar bagi setiap orang.<sup>52</sup> Kejujuran menjadi suatu hak yang sangat penting dalam berbisnis sebagai sebuah kepercayaan.<sup>53</sup> Namun jika kejujuran itu sudah hilang, maka kehidupan manusia akan dipenuhi berbagai kekacauan.

c. Keadilan/Keseimbangan (*Equilibrium*)

Prinsip ini berarti bahwa berbisnis itu harus seimbang dan adil. Keseimbangan berarti tidak berlebihan dalam mencari keuntungan. Setiap seseorang dalam berbisnis harus menetapkan prinsip adil sesuai dengan haknya masing-masing dan tidak boleh ada pihak yang dirugikan. Keadilan dalam Islam bermakna tidak berbuat zalim kepada sesama manusia, dan bukan berarti sama rata sama rasa.

Harga yang adil itu apabila masing-masing pihak tidak ada yang merasa dirugikan. Harga yang telah disepakati adalah sah jika

---

<sup>52</sup> Ibnu Haitam, "Etika Bisnis Islam Kejujuran Menurut Perspektif Atthabary Dan Al-Qurtubhy", *Mukaddimah : Jurnal Studi Islam*, Vol. 2, No. 2, 2018, Hlm. 327-328

<sup>53</sup> Nandang Ihwanudin, dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam (Teori dan Aplikasi)*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022), Hlm. 10

didalamnya tidak terdapat suatu penyesatan, penipuan dan pemaksaan.<sup>54</sup>

d. Kehendak bebas (*Free will*)

Prinsip kehendak bebas ini artinya adalah kebebasan dalam melakukan kontrak yang menolak nafsu amarah dan cenderung mendorong pelanggaran sistem pertanggungjawaban. Dalam ekonomi manusia memiliki kebebasan dalam berbisnis. Namun yang tidak diperbolehkan dalam Islam yaitu ketidakadilan dan riba. Dan kebebasan disini adalah bebas dalam memilih atau bertindak sesuai etika atau sebaliknya. Islam memperbolehkan umatnya berinovasi dalam bermuamalah khususnya dalam aktivitas bisnis. Dalam Islam prinsip kehendak bebas telah mempunyai tempat tersendiri, karena potensi kebebasan tersebut sudah ada dari manusia dilahirkan di dunia.<sup>55</sup>

Manusia sebagai makhluk yang mempunyai kecenderungan dalam berkompetisi pada segala hal, tak terkecuali kebebasan untuk melakukan kontrak di pasar, sehingga pasar harus menjadi cerminan dari hukum penawaran dan permintaan harga. Dalam prinsip kehendak bebas ini maksudnya yaitu dimana seorang

---

<sup>54</sup> Iffaty Nasyi'ah, Prinsip Keadilan dan Keseimbangan Dalam Penentuan Nilai Tukar Barang (Harga) Perspektif Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen, (Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang), Vol. 6, No. 2, 2014, Hlm. 117

<sup>55</sup> Destiya Wati, dkk, "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop", *El-Mal : Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 1, 2022, Hlm. 143-145

penjual/pedagang memberikan kebebasan kepada pembeli dalam menawar harga atau memilih sendiri kualitas barang yang dijual.

e. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Manusia sebagai pelaku bisnis mempunyai tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku yang dilakukan dalam berbisnis. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggung jawabkan dihadapan-Nya. Prinsip tanggung jawab menurut Sayid Quthb adalah tanggung jawab yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, dan antara masyarakat satu dengan masyarakat lainnya.

Tanggung jawab individual merupakan hal penting dalam semua bentuk transaksi jual beli, sehingga setiap orang akan dimintai pertanggungjawabannya baik di dunia maupun di akhirat. Tanggung jawab menjadi pelindung terhadap hak-hak orang lain dalam etika bisnis Islam.

Dalam Al-Qur'an juga telah dijelaskan beberapa prinsip-prinsip etika bisnis, yaitu<sup>56</sup> :

- a. Melarang bisnis yang dilakukan dengan kebathilan.
- b. Bisnis tidak boleh mengandung unsur riba.
- c. Kegiatan bisnis memiliki fungsi sosial baik melalui zakat maupun sedekah.

---

<sup>56</sup> Sri Nawatmi, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Fokus Ekonomi (FE)*, Vol. 9, No. 1, 2010, hlm. 54-57

- d. Melarang pengurangan ha katas suatu barang yang didapat dengan takaran atau timbangan karena merupakan bentuk dari kedzaliman.
- e. Menjunjung tinggi nilai-nilai keseimbangan baik ekonomi maupun sosial.
- f. Pelaku bisnis dilarang berbuat dzalim (curang) baik dirinya sendiri mapun pelaku bisnis yang lain.

### 3. Tujuan Etika Bisnis Islam

Etika bisnis memiliki sebuah fungsi substansial guna untuk membekali para pelaku bisnis. Oleh karena itu dalam etika bisnis memiliki tujuan sebagai berikut<sup>57</sup> :

- a. Membangun kode etik Islam yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode bisnis sesuai dengan ajaran Islam.
- b. Kode etik menjadi dasar hukum Islam dalam menetapkan prinsip tanggungjawab bagi pelaku bisnis
- c. Kode etik digunakan sebagai dokumen hukum yang mampu menyelesaikan permasalahan yang perlu dibawa ke jalur hukum
- d. Kode etik dapat memberikan kontribusi yang besar dalam penyelesaian permasalahan yang terjadi baik antara pelaku bisnis dan masyarakat tempat bekerja.

---

<sup>57</sup> Nur Manna Silviah, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM", *Al-Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, Vol. 10, No. 1, 2022, hlm. 98-99

### **BAB III**

## **PERBEDAAN HARGA BARANG *DISPLAY* DENGAN *SCAN KASIR* DI INDOMARET TASIKMADU**

### **A. Sejarah Indomaret**

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan sehari-hari dengan luas area penjualan kurang dari 200 m<sup>2</sup>. Toko pertama dengan nama Indomaret dibuka di Ancol, Jakarta Utara pada tanggal 20 Juni 1988 yang dikelola oleh PT Indomarco Prismatama. Indomaret termasuk jenis usaha di bidang gerai waralaba. Konsep bisnis waralaba Indomaret merupakan pelopor di bidang minimarket di Indonesia.<sup>58</sup> Pada tahun 1977 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia setelah memiliki dari lebih 230 gerai. Indomaret kini telah berkembang pesat dengan jumlah toko per-April 2023 ada sekitar 21.801. dan sebagian besar pasokan barang dagangan untuk seluruh gerai berasal dari 42 pusat distribusi Indomaret yang telah menyediakan lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan non makanan dengan harga bersaing, memenuhi kebutuhan hidup konsumen sehari-hari.

Indomaret pada mulanya membentuk konsep penyelenggaraan gerai yang berlokasi dekat penghunian konsumen dengan menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok maupun kebutuhan sehari-hari. Seiring berjalannya waktu dan kebutuhan pasar Indomaret terus menambah gerai

---

<sup>58</sup> Almadinah Putri Brilian, Ini Dia Toko Indomaret Pertama di Indonesia Dulu Namanya Beda, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6361780/ini-dia-toko-indomaret-pertama-di-indonesia-dulu-namanya-beda>, diakses pada tanggal 14 September 2023

di berbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, tempat wisata dan apartemen. Sehingga menjadikan proses pembelajaran jaringan retail yang berskala besar dengan berbagai pengalaman yang kompleks dan variasi.

Sesuai dengan Akte Pendirian Perusahaan No 207 Tertanggal 21 November Tahun 1988 tersebut diatas, maksud dan tujuan perusahaan adalah :

1. Bergerak dalam bidang usaha perdagangan barang/ritail (minimarket) jenia barang dagangannya yaitu : hasil bumi (pertanian, peternakan), obat-obatan, kelontong, kosmetik, alat-alat kesehatan lainnya.
2. Mengadakan kerja sama (jenis venture) dengan masyarakat dan badan usaha yang ingin membuka usaha dalam bidang perdagangan (*business retail*) dengan sistem waralaba.

Konsep bisnis waralaba Indomaret adalah konsep pertama dan merupakan pelopor di bidang minimarket di Indonesia. sambutan masyarakat ternyata sangat positif, terbukti dengan adanya peningkatan atau pencapaian jumlah waralaba Indomaret dari waktu ke waktu. PT. Indomarco Prismatama mulai memperkenalkan sistem kemitraan kepemilikan dan pengelolaan gerai dengan cara waralaba dan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia pada bulan Mei 2003. Produk ataupun barang yang dijual di Indomaret antara lain seperti makanan, minuman, *skincare*, obat-obatan, perlengkapan rumah tangga, pembayaran elektronik dan lain-lain. Hal tersebut sangat

memudahkan para konsumen untuk membeli produk serta melakukan pembayaran dalam satu waktu.<sup>59</sup>

Semakin berkembangnya Indomaret termasuk di Kabupaten Karanganyar, mini market tersebut juga tersebar di setiap Kecamatan yang berada di Kabupaten Karanganyar. Untuk Kabupaten Karanganyar sendiri ada 17 Kecamatan yang terdiri dari Kecamatan Jatipuro, Jatiyoso, Jumapolo, Jumentono, Matesih, Tawangmangu, Ngargoyoso, Karangpandan, Karanganyar, Tasikmadu, Jaten, Colomadu, Gondangrejo, Kebakkramat, Mojogedang, Kerjo dan Jenawi.

## **B. Visi Misi Indomaret**

Visi adalah suatu pandangan jauh tentang sebuah perusahaan, dengan tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan dalam mencapai tujuan-tujuan di masa yang akan datang. Visi adalah sebuah angan-angan atau sebuah imajinasi seseorang tentang usaha atau bisnis yang sedang mereka jalankan.<sup>60</sup> Adapun visi misi dari sebuah Indomaret yaitu menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan retail waralaba yang unggul dalam persaingan global. Sedangkan misi Indomaret yaitu meningkatkan pelayanan terbaik sehingga kepuasan pelanggan utama yang harus dapat dipenuhi.<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup> Nandy, Pendiri Indomaret, Pelopor Bisnis Waralaba di Indonesia, <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-indomaret/>, diakses pada tanggal 10 September 2023

<sup>60</sup> Moh. Muslim, "Membangun Visi Perusahaan", *Esensi*, Vol. 20, No. 3, 2017, hlm. 144.

<sup>61</sup> Tim Rajarak, <https://www.rajarak.co.id/2023/06/visi-misi-budaya-slogan-motto-indomaret.html>, diakses pada tanggal 31 Agustus 2023



Visi dan misi perusahaan Indomaret ini juga didukung oleh motto dari Indomaret yaitu : “Mudah dan Hemat”. Selanjutnya yang menjadi budaya perusahaan yakni dalam bekerja kami menjunjung tinggi nilai-nilai :

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

### **C. Letak Geografis Indomaret**

Kecamatan Tasikmadu merupakan salah satu Kecamatan dari 17 Kecamatan yang ada di Kabupaten Karanganyar. Jarak dari ibukota Kabupaten adalah 3,5 Km arah selatan. Luas wilayah Kecamatan Tasikmadu adalah 27,5973 Km<sup>2</sup> dengan ketinggian rata-rata 123 meter di atas permukaan laut. Menurut geografis Kecamatan Tasikmadu memiliki batas wilayah lain antaranya sebagai berikut:<sup>62</sup>

1. Sebelah Utara : Kecamatan Mojogedang
2. Sebelah Selatan : Kecamatan Jaten
3. Sebelah Barat : Kecamatan Kebakkramat
4. Sebelah Timur : Kecamatan Karanganyar

Indomaret Tasikmadu ini tepatnya berada di Jalan Gatot Subroto, Nglangkang, Pandeyan, Tasikmadu, Kabupaten Karanganyar, Jawa

---

<sup>62</sup> Data diperoleh dari Data Statistik Profil Kecamatan Tasikmadu, Kabupaten Karanganyar, <https://opendata.karanganyarkab.go.id/dataset/c8d58d20-26e8-4d1e-a1a3-ce36859f4f7f/resource/4b375b79-6964-46d6-af64-c15c60e85778/download/profil-tasikmadu-2019.pdf>, diakses tgl 7 September 2023

Tengah kode pos 57721. Indomaret Tasikmadu berada di sebelah barat Argo wisata Sondokoro, sebelah timur SD Negeri 01 Pandeyan, sebelah utara Pabrik Gula Tasikmadu, dan sebelah selatan Desa Nglano.<sup>63</sup> Indomaret ini merupakan salah satu Indomaret di Karanganyar yang menyediakan berbagai produk kebutuhan pokok sehari-hari seperti makanan, minuman, buah, sayur, susu, cemilan, hingga peralatan kebersihan seperti sabun dan sampo. Indomaret Tasikmadu ini juga banyak menyediakan berbagai diskon dan promo Indomaret setiap harinya, ada juga promo per-minggu (weekend), promo JSM (Jum'at Sabtu Minggu) dan promo bulanan. Terdapat juga bentuk promosi dengan voucher belanja. Berbagai promo yang ditawarkan membuat harga di Indomaret menjadi murah dan terjangkau.

Selain untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari Indomaret Tasikmadu ini juga melayani berbagai kebutuhan pembayaran seperti pembayaran iuran BPJS di Indomaret, pembayaran tiket online, pembayaran listrik (token), pembayaran telepon indiehome, pembelian pulsa, dan sebagainya. Dengan semua kelebihan-kelebihan yang dimiliki Indomaret, kini Indomaret menjadi salah satu waralaba terbesar di Indonesia.

---

<sup>63</sup> Inayah Nurul Hanifah (Kepala Toko), *Wawancara pribadi*, Tanggal 8 September 2023  
Jam 10.20

#### **D. Jam Operasional Indomaret**

Indomaret Tasikmadu Karanganyar memiliki jam operasional setiap harinya yaitu mulai dari jam 07.00 - 22.00 WIB. Dengan pembagian 2 *shift* yaitu *shift* pagi (07.00 – 15.00) dan *shift* siang (14.00 – 22.00). Untuk masa pemberlakuan kegiatan masyarakat jam operasional sama yaitu jam 07.00 – 22.00, sama dengan 8 jam kerja setiap karyawan.<sup>64</sup>

#### **E. Struktur Organisasi Indomaret**

Struktur organisasi merupakan susunan dan hubungan antara setiap bagian departemen. Struktur organisasi menetapkan cara bagaimana tugas dan pekerjaan itu dibagi, dikelompokkan dan dikoordinir secara formal. Dalam menjalankan kegiatan perusahaan, salah satu syarat yang harus diperhatikan yaitu adanya stuktur organisasi yang baik dan tersusun rapi untuk kelancaran operasional perusahaan.

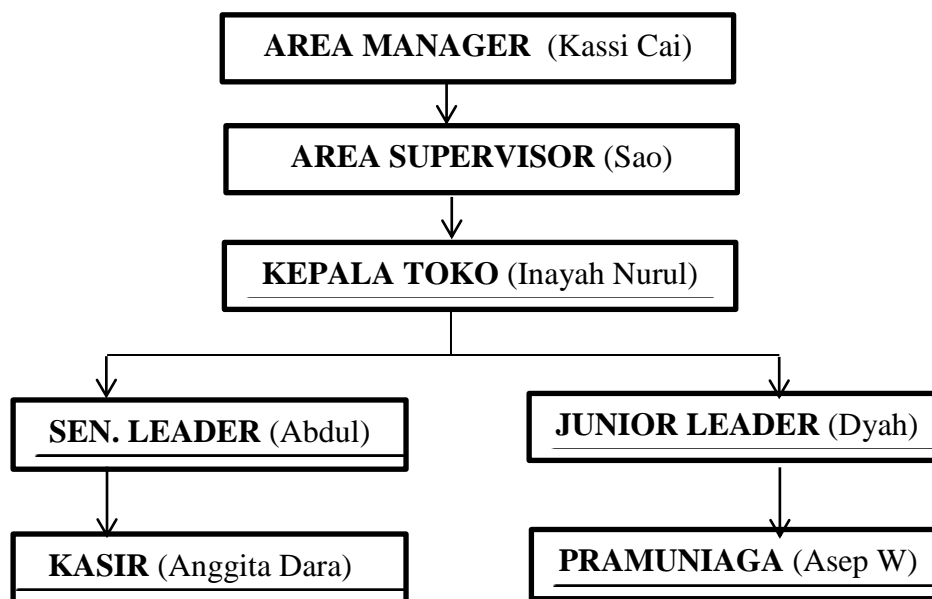
Bentuk struktur organisasi Indomaret adalah organisasi yang merupakan sebuah hubungan dan wewenang serta tanggung jawab langsung secara vertikal yang dikaitkan dengan jabatan dan tugas setiap atasan. Organisasi Indomaret memiliki karakteristik yang dimana di dalamnya terdapat pembagian tugas, wewenang, serta tanggung jawab yang diberikan kepada anggota anggotanya. Serta mempersiapkan

---

<sup>64</sup> Inayah Nurul Hanifah (Kepala Toko), *Wawancara pribadi*, Tanggal 8 September 2023  
Jam 10.20

kegiatan tersebut untuk dapat menjalankan rencana yang telah ditetapkan agar tujuan dapat tercapai.<sup>65</sup>

**Gambar 1**  
**Struktur Organisasi Indomaret Cab. Tasikmadu**



*Sumber: Wawancara Karyawan Indomaret*

Tugas dan wewenang setiap bagian di Indomaret berdasarkan struktur organisasi diatas dan sebagai berikut<sup>66</sup> :

1. Area Manager
  - a. Mengawasi semua barang-barang yang telah diproduksi oleh toko agar sesuai dengan standar.
  - b. Merencanakan berbagai macam produksi yang akan dilakukan oleh toko selanjutnya.

<sup>65</sup> Umi Malikhah, Makalah Struktur Organisasi Di Indomaret, [https://www.researchgate.net/publication/361499128\\_MAKALAH\\_STRUKTUR\\_ORGANISASI\\_DI\\_INDOMARET](https://www.researchgate.net/publication/361499128_MAKALAH_STRUKTUR_ORGANISASI_DI_INDOMARET), diakses pada tanggal 26 September 2023 Jam 10.48

<sup>66</sup> Josua Rifandy, 15 Jabatan dan Gaji Karyawan Indomaret, <https://www.caradaftar.id/gaji-karyawan-indomaret/>, diakses pada tanggal 14 September 2023

c. Melaporkan berbagai macam data terkait produksi.

d. Mengontrol kualitas dari setiap produksi.

2. Area Supervisor

a. Membuat rencana terakit dengan segala maam aktivitas gudang.

b. Memberikan Acc atu persetujuan pada segala macam pengiriman maupun pengambilan produk ke *outlet-outlet*.

c. Bertanggungjawab dalam mengecek laporan tentang persediaan stok berbagai macam barang.

d. Mengecek laporan adanya permintaan pengadaan berbagai macam barang.

3. Kepala Toko

a. Mengkoordinasikan semua kegiatan yang ada dalam toko.

b. Membuat sebuah rencana jangka pendek serta panjang mengenai strategi penjualan di toko.

c. Bertanggung jawab penuh terhadap pencapaian target, kehilangan barang serta pengendalian operasional.

d. Mengevaluasi laporan apapun yang berhubungan dengan penjualan di setiap toko.

e. Mengevaluasi kinerja setiap karyawan yang ada di setiap *outlet* Indomaret.

4. Senior Leader

a. Filing dan pekerjaan seperti mengumpulkan berbagai informasi dengan telepon, surat, email atau pada orang.

- b. Merekam dan mengupdate database.
  - c. Photocopy, menscan, serta menangani dokumen/surat keluar.
5. Junior Leader
- a. Melakukan perencanaan, membuat desain pemasaran dan kerjasama dengan entitas bisnis lainnya agar pemasaran dapat dilakukan dengan baik.<sup>67</sup>
  - b. Menjilid dokumen-dokumen perusahaan
  - c. Membooking ruangan untuk meeting dan mengatur makanan
6. Kasir
- a. Mengelola administrasi sirkulasi keuangan toko.
  - b. Memberikan pelayanan kepada pembeli.
  - c. Mengoperasikan komputer yang dapat digunakan untuk media transfer kepentingan bayar listrik, tiket, tghian, dan lain-lain.
  - d. Melakukan rekapitulasi uang penjualan di setiap *shift*
7. Pramuniaga
- a. Menjaga toko agar bersih saat *shiftnya* berlangsung mulai dari kebersihan barang di toko, dalam ruangan, teras serta kamar mandi.
  - b. Menyiapkan promosi toko untuk dipajang.
  - c. Mengecek stok barang yang harus disediakan di setiap rak etalase.
  - d. Memberikan pelayanan kepada pembeli yang membutuhkan bantuan.

---

<sup>67</sup> Adi Nur Rizky, Rincian Tugas Karyawan Indomaret Lengkap Semua Bagian/Jabatan, <https://www.masadi.id/2022/12/tugas-karyawan-indomaret-semua-jabatan.html>, diakses pada tanggal 14 September 2023

## **F. Sistem Promosi yang Dilakukan Indomaret**

Sekarang banyak Indomaret, Alfamart dengan gerai-gerainya yang harganya relatif lebih mahal dibandingkan kedai-kedai biasa. Namun, walaupun mahal gerai modern tersebut tidak sepi pengunjung bahkan terjadi peningkatan konsumen di setiap harinya. Indomaret sangat memahami target pasar yang tentunya melibatkan dengan beberapa strategi pemasaran.

### **1. Strategi Pemasaran Jual Beli di Indomaret**

Menurut Kotler dan Amstrong, strategi pemasaran adalah sebuah logika pemasaran dimana pelaku usaha berharap dapat menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari konsumen.<sup>68</sup> Pemasaran adalah pemberian informasi yang sifatnya mengajak, membujuk serta mempengaruhi konsumen agar dapat membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Sekarang banyak strategi pemasaran usaha yang diterapkan oleh perusahaan seperti gerai waralaba Indomaret. Adapun strategi pemasaran jual beli yang diterapkan di Indomaret Tasikmadu, antara lain :

#### **a. Memilih Lokasi Strategis**

Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Indomaret adalah menentukan lokasi atau lingkungan sekitar yang strategis. Karena strategis tidaknya lokasi tersebut sangat

---

<sup>68</sup> Marissa Grace Haque, dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, (Tangerang: Pascal Books, 2021), hlm. 9-11

berpengaruh juga bagi perkembangan Indomaret.<sup>69</sup> Indomaret dapat menempatkan gerainya yang tentunya banyak dikerumuni oleh masyarakat seperti di sekitar perkantoran, sekolah, kampus, maupun dekat jalan raya. Indomaret juga memperhatikan faktor-faktor seperti aksesibilitas, parkir, serta keamanan lokasi.

b. Melakukan Promo

Di era digital ini, banyak strategi promosi *online* yang dapat dikembangkan serta strategi *offline* seperti adanya katalog yang tertera di depan kasir.<sup>70</sup> Promosi tentunya akan mempercepat penyampaian informasi kepada masyarakat. Diadakannya promosi ini dengan tujuan menarik minat beli konsumen untuk meningkatkan target penjualan secara maksimal.<sup>71</sup>

Promo adalah bentuk langsung melalui penggunaan berbagai cara yang dapat diatur untuk menarik pembelian produk dengan tujuan meningkatkan jumlah barang yang dibeli oleh konsumen.<sup>72</sup> Tidak seorang pun yang tidak tertarik dengan promo, diskon atau potongan harga. Berdasarkan katalog promo yang ada di

---

<sup>69</sup> Andrea Matthaesa Gunawan, dkk, Berkaca dari Strategi Pemasaran Indomaret untuk Pengembangan Bisnis di UMKM, <https://binus.ac.id/bandung/creativepreneurship/2022/04/10/berkaca-dari-strategi-pemasaran-indomaret-untuk-pengembangan-bisnis-di-umkm/>, diakses pada tanggal 20 September 2023 Jam 09.54

<sup>70</sup> Afis dan Tri Handayani, “Peran Promosi Melalui Iklan Katalog Dalam Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Minimarket Indomaret Bengkalis)”, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*, Vol. 4, No. 2, 2020, hlm. 120-122

<sup>71</sup> Ronda Deli Sianturi, “Strategi Promosi dan Store Interior Terhadap Daya Beli Konsumen Pada Industri Ritel (Studi Kasus Indomaret Johor)”, *Arbitrase : Journal of Economics and Accounting*, Vol. 2, No. 1, 2021, hlm. 6-7

<sup>72</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), hlm. 229



Indomaret, promosi ini diadakan setiap minggunya. Barang yang di diskon yaitu barang-barang yang banyak diburu atau dicari oleh masyarakat. Seperti makanan ringan, minuman, minyak goreng, dan lain-lain. Semua informasi barang promo dapat dibaca pada katalog promosi Indomaret yang disebarakan di seluruh konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara kepada karyawan Indomaret, Inayah Nurul Hanifah mengungkapkan bahwa promo Indomaret itu ada katalognya, namanya Super Hemat yang artinya mempromosikan promo dengan harga hemat sebagai panduan konsumen belanja hemat yang berlaku 1 minggu. Setiap hari rabu Indomaret mengeluarkan browsur atau *leaflet* yang berlaku satu minggu.<sup>73</sup> Dan promo tersebut juga bisa dibuka melalui media social Instagram.

Promosi ini dilakukan dengan cara menempel label harga promo di rak itu menjadi daya tarik konsumen. Ditempelkannya label harga ini bertujuan agar konsumen dapat mengetahui secara langsung bahwa barang tersebut adalah barang promo tanpa harus menanyakan kembali kepada karyawan Indomaret.

---

<sup>73</sup> Inayah Nurul Hanifah (Kepala Toko), *Waancara pribadi*, Tanggal 8 September 2023  
Jam 11.05

**Gambar 2**  
**Contoh label harga promo dan harga asli**



*Sumber: Dokumentasi Indomaret*

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa harga promo di Indomaret dapat dilihat dengan jelas adanya perbedaan warna label harga promo dengan harga asli. Label harga promo yang ditempelkan di rak atau etalase berwarna kuning dengan tulisan harga asli, harga promo dan masa berlaku promo tersebut. Sedangkan harga asli ditandai dengan label harga berwarna putih.

Dibawah ini terdapat beberapa jenis promo yang dikeluarkan Indomaret, antara lain :

1) Promo JSM

Promo JSM (Jum'at Sabtu Minggu) merupakan promo mingguan yang selalu diadakan oleh pihak Indomaret. Promo JSM ini juga bisa disebut promo HTH (Hanya Tiga Hari). Promo ini banyak menawarkan produk kebutuhan sehari-hari masyarakat dengan harga yang lebih murah.

**Gambar 3**  
**Leaflet promo JSM Indomaret**



*Sumber: Dokumentasi Indomaret*

Pada gambar diatas menunjukkan contoh browsur promo JSM/HTH (Hanya Tiga Hari). Dalam promo tersebut sudah tertera jelas masa berlakunya selama 3 hari yaitu mulai dari tanggal 15-17 September 2023. Dan dibagian bawah browsur tersebut terdapat tulisan kecil yang dimana tulisan tersebut menyebutkan syarat belanja yang harus dipenuhi oleh konsumen apabila ingin mengambil promo JSM tersebut. Promo tersebut bisa dibeli dengan syarat belanja membayar barang belanjaan menggunakan kartu kredit debit BNI, Mandiri, BCA, dan BRI yang hanya berlaku 1 kartu/struk /hari saja.

## 2) Indomaret Harga Heboh

Dari sekian banyak supermarket, *scan* harga hampir dipastikan memiliki program diskon hemat untuk dapat menarik perhatian para konsumen agar mau datang juga belanja di gerainya. Pada umumnya produk yang ditawarkan pada promo heboh ini meliputi barang keperluan sehari-hari untuk kebutuhan

para ibu dan anak. Biasanya seperti minyak goreng, deterjen, susu, juga pampers bayi.

**Gambar 4**  
**Leaflet promo Harga Heboh**



*Sumber: Dokumentasi Indomaret*

Periode promo harga heboh berlaku tanggal 20-26 September 2023. Syarat ketentuan promo tersebut misalnya seperti gambar diatas yaitu SAYANG! Detergent Liquid Konseptual Original Fresh/Rose 800/750ml dengan harga Rp 9.900. sedangkan untuk harga Rp 4.900, dengan syarat minimal belanja Rp 160.000 dengan Kartu Kredit BNI.<sup>74</sup> SEDAP MIE instan goreng dengan harga awal Rp 13.800 menjadi Rp 9.800 dengan syarat minimal belanja Rp 100.000 dengan Kartu Debit BRI.

<sup>74</sup> Scanharga, Promo Indomaret Heboh Harga Terbaru 20 – 26 September 2023, <https://www.scanharga.com/2016/03/promo-indomaret-harga-heboh-minyak-goreng-dan-susu-murah.html>, diakses pada tanggal 20 September 2023 Jam 09.47

Dengan bertambahnya kelompok menengah yang haus akan adanya jaminan kualitas serta pelayanan terbaik, Minimarket Indomaret ini semakin pandai dalam membaca situasi dan kondisi ditengah era zaman modern ini. Setiap Indomaret telah menerapkan peraturan pelayanan karyawan yang baik, ramah serta kualitas kenyamanan toko.<sup>75</sup>

Peraturan yang telah diterapkan di Indomaret ini tentunya sangat membantu dan efektif. Peraturan ini telah disepakati antara karyawan dengan pemilih perusahaan/HRD, dan apabila melanggar akan dikenakan sanksi. Tata tertib peraturan di Indomaret bersifat memaksa, sehingga wajib bagi seorang karyawan toko untuk menerapkan peraturan sebagaimestinya. Adanya peraturan/tata tertib di Indomaret ini membuat seorang konsumen memiliki tanggung jawab sesuai *jobdisknya* masing-masing.<sup>76</sup>

Perusahaan Indomaret akan memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan akan merasakan puas dan terus menambah konsumen dari waktu ke waktu. Manfaat dari adanya pelayanan itu sendiri yaitu memperpanjang dasar hidup suatu produk yang dimana pelayanan bukan hanya bagian penting dari suatu produk, namun

---

<sup>75</sup> Jun Ramadhani, "Kebijakan Pemberian Izin Usaha Toko Modern Alfamart dan Indomaret Oleh Pemerintah Kota Pekanbaru Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern", *JOM Fakultas Hukum*, Vol. 2, No. 1, 2015, hlm. 3

<sup>76</sup> Inayah Nurul Hanifah (Kepala Toko), *Wawancara pribadi*, Tanggal 8 September 2023 Jam 10.37

juga dapat memberikan pendapatan serta keuntungan yang lebih besar. Pelayanan juga dapat menambah nilai suatu produk secara langsung.<sup>77</sup>

Indomaret merupakan pusat perbelanjaan yang banyak ditemui diberbagai wilayah dengan jumlah gerai yang banyak. Banyak orang yang sering memilih berbelanja di gerai-gerai seperti Indomaret. Selain menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari masyarakat dan tempat yang nyaman, terdapat beberapa alasan orang memilih berbelanja di Indomaret, antara lain :

1. Adanya pelayanan yang ramah<sup>78</sup>

Kualitas pelayanan kepuasan seorang konsumen merupakan hal penting yang di nomorsatukan. Banyak orang yang lebih memilih mendapat pelayanan yang baik walaupun harga barang mahal, dibandingkan harga barang murah tetapi pelayanan tidak baik. Karyawan Indomaret harus mampu berkomunikasi dengan baik agar pembeli mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

2. Tergiur promo menarik

Tujuan utama promosi adalah memberikan informasi, menarik perhatian konsumen serta memberi pengaruh terhadap peningkatan penjualan.<sup>79</sup> Promosi merupakan bagian terpenting dari sebuah pemasaran, karena pihak perusahaan berharap dengan adanya promosi

---

<sup>77</sup> Rita Wahyuni, "Prosedur Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indomaret Tugu Cimanggis", *Jurnal Abiwara*, Vol. 1, No. 1, 2019, hlm. 19-22

<sup>78</sup> Suharti (Konsumen Indomaret), *Wawancara pribadi*, Tanggal 8 September 2023 Jam 13.28

<sup>79</sup> Nurhadi, "Analisis Promosi Terhadap Tingkat Pelayanan Kasir Supermarket Ramayana Cikupa Tangerang", *Jurnal Moneter*, Vol. V, No. 1, 2018, hlm. 1-2

yang dilakukan secara efektif mampu meningkatkan kualitas produk atau jasa sesuai dengan target penjualan.<sup>80</sup>

Banyak promo-promo yang dikeluarkan Indomaret setiap minggunya. Di Indomaret terdapat promo katalog yaitu super hemat. Promo katalog super hemat tersebut keluar setiap hari rabu. Promo ini dibuat dengan brosur *leaflet* Indomaret yang berlaku selama 1 minggu yang mempromosikan produk panduan untuk konsumen berbelanja hemat. Selain promo super hemat, ada promo JSM (Jum'at, Sabtu Minggu) yang dicetak berupa poster dan ditempel di rak promosi.

#### **G. Harga Barang *Display* Dengan *Scan* Kasir Di Indomaret**

Penggunaan label harga dalam jual beli akan mempermudah para konsumen dalam mengetahui suatu harga dari barang yang akan dibeli. Seorang konsumen akan memutuskan untuk membeli atau membatalkan pembelian setelah melihat harga display yang sudah tertera di etalase.<sup>81</sup> Dengan adanya label harga, maka konsumen tidak perlu menanyakan harga kepada karyawan Indomaret. Dan apabila suatu barang yang akan dibeli tidak terdapat label harga, maka konsumen akan bertanya kepada karyawan dan tentunya menyulitkan bagi konsumen yang akan berbelanja. Label harga yang tertera pada etalase tentunya sudah menunjukkan harga

---

<sup>80</sup> Dadang Suparman, "Pengaruh Lokasi, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Indomaret Cinagen Kab. Sukabumi", *Jurnal Ekonomedia*, Vol. 7, No. 1, 2018, hlm. 6

<sup>81</sup> Laily Indrianingsih, "Perlindungan Konsumen Terhadap Perbedaan Harga Pada Rak Barang Dengan Struk Kasir Di Ria Swalayan Mojosari", *DIH : Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 17, No. 2, 2021, hlm. 231-232

dan keterangan barang tersebut. Selisih harga asli dengan promo pun dari setiap barang itu juga berbeda-beda.

**Table 1**  
**Tarif harga asli menjadi harga promo**

<b>Nama Barang</b>	<b>Harga <i>Display</i></b>	<b>Harga <i>Scan Kasir</i></b>
You C 1000 Drink	Rp 6.500	Rp. 7.500
King Sarden Balado	Rp 25.400	Rp 29.400
Oreo Original	Rp 8.900	Rp 10.600
Garuda Kacang Telur	Rp 6.900	Rp 10.400

*Sumber: Harga barang yang tertera di Etalase Indomaret*

Pada tabel diatas terdapat daftar tarif harga *display* dengan harga *scan* kasir. You C 100 Drink dengan harga *display* Rp 6.500 menjadi Rp 7.500, untuk selisih harga tersebut adalah Rp 1.500. King Sarden Balado dengan harga Rp 25.400 menjadi Rp 29.400 dengan selisih harga sebesar Rp 4.000. Oreo Original Rp 8.900 menjadi Rp 10.600, dengan selisih harga Rp 1.900. Garuda Kacang Telur dengan harga *display* Rp 6.900 menjadi 10.400, dengan selisih harga Rp 3.500. Dapat disimpulkan bahwa selisih dari harga tiap barang berbeda-beda mulai dari Rp 1.500, Rp 1.700, Rp 1.900, Rp 3.500.

*Standart Operasional Procedur* (SOP) sangat penting bagi suatu perusahaan baik perusahaan besar maupun kecil karena berfungsi sebagai pedoman juga landasan hukum yaitu pedoman untuk mengantisipasi situasi atau keadaan yang tidak terduga sekaligus sebagai acuan melaksanakan suatu pekerjaan.<sup>82</sup> Selain itu *SOP* bermanfaat sebagai

---

<sup>82</sup> Program DPKP DIY, Standar Operasional Prosedur (SOP) Sebagai Elemen Penting Dalam Penerapan Penanganan Yang Baik Pangan Segar Asal Tumbuhan (PSAT), <https://dpkp.jogjapro.go.id/baca/Standar+Operasional+Prosedur+%28SOP%29+Sebagai+Elemen+Penting+Dalam+Penerapan+Penanganan+Yang+Baik+Pangan+Segar+Asal+Tumbuhan+%28PS>



landasan hukum apabila terjadi penyimpangan. Dengan adanya *SOP* ini akan mempermudah karyawan melaksanakan pekerjaan, memudahkan mendeteksi hambatan-hambatan yang mungkin akan dialami pekerja, dan membuat karyawan lebih disiplin dan bertanggung jawab lagi dalam bekerja.

Selain peraturan pelayanan, Indomaret tentunya memiliki berbagai cara dalam penyajian barang-barang *display*. *Display* barang merupakan cara yang dilakukan untuk dapat menarik perhatian konsumen. Dengan melihat barang dagangan secara langsung konsumen akan sangat mudah memilih jenis barang-barang yang dibutuhkan, karena barang *display* dibedakan sesuai dengan jenis barang. Adanya penataan *display* yang efektif akan sangat berpengaruh pada suasana toko agar terlihat nyaman dan menarik. Adapun langkah-langkah *mendisplay* barang dengan baik dan benar, antara lain :

1. Sesuai dengan *listing*
2. Sesuai dengan FIFO (*First in first out*)
3. Kondisi barang harus dalam keadaan baik
4. Merek barang harus menghadap ke depan
5. *Display* harus penuh dan menarik
6. Pasang label harga
7. Lorong harus rapi saat *mendisplay*

Namun, disetiap toko pasti ada komplain masuk dari seorang konsumen/pembeli. Adanya komplain dari konsumen itu sudah menjadi hal yang wajar bagi seorang karyawan Indomaret. Komplain yang kerap terjadi misalnya pada saat mengantri. Sudah menjadi ketentuan/peraturan yang wajib bagi seorang konsumen diharapkan untuk mengantri saat mau membayar barang yang dibelanjakannya di depan kasir, namun kerap kali banyak dijumpai orang-orang yang tidak mau mengantri atau menerobos antrian. Adanya hal seperti itu, sebagai karyawan Indomaret siap memberikan teguran kepada konsumen tersebut untuk menghindari adanya kegaduhan di dalam toko/retail Indomaret. Namun, apabila seorang konsumen tidak terima adanya teguran tersebut, maka karyawan Indomaret tidak mau bertanggung jawab karena sudah memberikan teguran dan menjalankan *SOP* sebagaimana mestinya.<sup>83</sup>

Pada dasarnya para pelaku usaha yang memperdagangkan dagangannya baik secara eceran atau jasa kepada para konsumen wajib mencantumkan harga barang secara jelas agar mudah dibaca konsumen. Harga barang tersebut harus dilekatkan atau ditempelkan pada barang atau kemasan, disertakan atau ditempatkan dekat dengan barang.<sup>84</sup> Namun, kini banyak konsumen yang mendapati permasalahan dalam harga barang

---

<sup>83</sup> Inayah Nurul Hanifah (Kepala Toko), *Wawancara pribadi*, Tanggal 8 September 2023 Jam 10.45

<sup>84</sup> Cindy Ardina, Ketika Mendapati Harga Barang di Rak Toko Berbeda Dengan Saat Di Kasir, <https://kumparan.com/cindy-ardina-1672654884799567777/ketika-mendapati-harga-barang-di-rak-toko-berbeda-dengan-saat-di-kasir-20Ij1NwMUUf/full>, diakses pada tanggal 15 September 2023

seperti daftar harga yang berada di etalase tidak sesuai atau berbeda dengan *scan* kasir.

Berikut adalah contoh bukti perbedaan antara harga *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu.

**Gambar 5**  
**Perbedaan harga display dengan scan kasir**



*Sumber : Dokumentasi Indomaret*

Pada gambar diatas menunjukkan perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir. Gambar sebelah kiri menunjukkan harga promo dari oreo original senilai Rp 8.900. Sedangkan gambar sebelah kanan adalah nota/bukti pembayaran kasir di Indomaret. Dapat diketahui bahwa pada nota tersebut harga oreo original tertulis Rp 10.600. Perbedaan tersebut terlihat jelas dan selisih dari harga yang berada di *display* dengan *scan* kasir adalah Rp 1.700. Dari perbedaan harga tersebut konsumen merasa dirugikan karna jumlah uang yang harus dibayar menjadi bertambah. Berikut adalah hasil wawancara dari para konsumen Indomaret yang pernah mengalami perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir.

Menurut Afif Putri Pratiwi (konsumen Indomaret), bahwa ia tidak sering belanja di Indomaret. Namun jika dibandingkan dengan toko lain, ia lebih suka berbelanja di Indomaret. Alasan dia memilih Indomaret karena tempatnya yang nyaman, bersih, dan barang-barang yang dijual berkualitas. Dia mengungkapkan bahwa waktu berbelanja di Indomaret ia pernah mengalami perbedaan harga *display* dengan *scan* kasir. Waktu itu ia membeli makanan oreo original dengan harga Rp 8.900 yang di *display*, kemudian waktu membayar dikasir menjadi Rp 10.600. Harga *display* yang tertera di etalase itu lebih murah dan ternyata pada saat di hitung di depan kasir ternyata harganya berbeda dan agak mahal.<sup>85</sup>

Menurut Ibu Suharti, ia mengatakan bahwa jarang berbelanja di Indomaret. Karena mendapat pelayanan yang ramah, serta tempat yang bersih dan nyaman. Menurutnya, perbedaan harga *display* dengan *scan* kasir yang terjadi di Indomaret sangat berpengaruh bagi para konsumen. Yang mereka ketahui bahwa harga yang tertera pada rak etalase murah, namun waktu pembayaran dikasir menjadi lebih mahal.<sup>86</sup>

Menurut Ria Laurensia, ia mengatakan bahwa ia sering berbelanja di Indomaret. Karena sekarang Indomaret ada yang buka 24 jam, jadi menurutnya itu sangat efektif ketika sedang membutuhkan barang di jam-jam malam. Alasan ia memilih indomaret yaitu karena tempat yang nyaman dan banyak promo yang ditawarkan. Dia mengungkapkan bahwa

---

<sup>85</sup> Afif Putri Pratiwi (Konsumen Indomaret), *Wawancara pribadi*, Tanggal 26 September 2023 Jam 16.35

<sup>86</sup> Suharti (Konsumen Indomaret), *Wawancara pribadi*, Tanggal 8 September 2023 Jam 13.45

pernah mengalami perbedaan harga *display* dengan *scan* kasir waktu berbelanja di Indomaret. Entah itu kurang teliti membaca SK promo atau yang lain. Dia membeli sarden dengan harga *display* Rp 25.400, namun waktu di *scan* kasir menjadi Rp 29.400. Menurutnya hal ini sangat membuat kecewa dan merugikan bagi konsumen khususnya yang mengalami perbedaan harga tersebut.<sup>87</sup>

Dalam hal ini, pihak Indomaret Tasikmadu harus memberikan bentuk perlindungan hukum kepada konsumen. Bentuk perlindungan hukum tersebut berupa pemenuhan hak-hak konsumen. Namun, dalam hal ini ada hak konsumen yang belum terpenuhi yaitu hak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur dan hak konsumen untuk didengar pendapat dan keluhan atas barang yang diterimanya. Kasus ini termasuk dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Karena konsumen sangat dirugikan akibat perbedaan harga tersebut. Karena, konsumen menjadi kecewa sebab dibebankan dengan harga yang lebih mahal melebihi harga barang yang di rak.<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> Ria Laurensia (Konsumen Indomaret), *Wawancara pribadi*, Tanggal 26 September 2023 Jam 17.10

<sup>88</sup> Shavira Andriasari, dkk, Perlindungan Konsumen Terhadap Selisih Harga Rk Dengan Struk Kasir di Indomaret Semarang, *Diponegoro Law Journal*, Vol. 8, No. 4, 2019, hlm. 2576

## BAB IV

### ANALISIS PERBEDAAN HARGA BARANG *DISPLAY* DENGAN *SCAN* KASIR PERSPEKTIF UU NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA BISNIS ISLAM

#### A. Terjadinya Perbedaan Harga Barang *Display* dengan *Scan* Kasir Di Indomaret Tasikmadu

Pada dasarnya pelaku usaha yang memperdagangkan barang wajib menyantumkan harga barang yang jelas. Harga barang di rak harus dicantumkan dengan jelas, mudah dibaca dan mudah dilihat oleh konsumen. Berikut terdapat beberapa faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan harga barang *display* dengan *scan* kasir, antara lain :

##### 1. Kelalaian karyawan

Faktor pertama dari penyebab terjadinya perbedaan harga *display* dengan *scan* kasir yaitu kelalaian dari karyawan toko. Kelalaian ini dapat terjadi karena karyawan yang kurang fokus saat menempelkan harga pada label (*price tag*), harga terbaru yang telah siap ditempelkan untuk perubahan harga barang.

Menurut hasil wawancara dengan Anggita Dara bahwa kelalaian karyawan ini terjadi karena adanya sejumlah barang atau produk yang tata letaknya berdekatan selain itu harga terbaru barang yang telah dicetak tersebut jumlahnya kurang dari jumlah barang yang mengalami perubahan harga.<sup>89</sup>

---

<sup>89</sup> Anggita Dara (Kasir), *Wawancara pribadi*, Tanggal 16 September 2023 Jam 11.00

## 2. Kemalasan karyawan

Karyawan malas untuk mengecek serta mengganti harga pada label (*price tag*) sehingga harga barang yang seharusnya sudah tidak berlaku masih tertempel dan tidak diganti dengan harga yang terbaru.

## 3. Data harga barang bermasalah dari pusat

Apabila harga barang bermasalah dari pusat, hal ini dapat terlihat ketika adanya pembelian di kasir kemungkinan harga pada kasir belum diatur diskon atau masa berlaku diskon sudah berakhir tetapi harga yang tertera pada label (*price tag*) belum diganti.<sup>90</sup>

## **B. Analisis UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

### **Terhadap Perbedaan Harga Barang *Display* dengan *Scan* Kasir Di Indomaret Tasikmadu**

Pesatnya perkembangan dalam bidang industri maupun perdagangan memberikan keleluasaan bagi para konsumen untuk menentukan atau memilih barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Masyarakat baik secara individu maupun kelompok yang tergolong sebagai konsumen sering kali dipersuakan dengan perilaku beberapa oknum pelaku usaha di bidang perdagangan yang cenderung merugikan konsumen.<sup>91</sup> Perlindungan hukum bagi konsumen adalah suatu

---

<sup>90</sup> Cindy Ardina, Ketika Mendapati Harga Barang di Rak Toko Berbeda dengan Saat di Kasir, <https://kumparan.com/cindy-ardina-1672654884799567777/ketika-mendapati-harga-barang-di-rak-toko-berbeda-dengan-saat-di-kasir-20Ij1NwMUUf/4>, diakses pada tanggal 20 September 2023 Jam 20.50

<sup>91</sup> Shavira Andirasari, dkk, “Perlindungan Konsumen Terhadap Selisih Harga Pada Rak Dengan Struk Kasir Di Indomaret Semarang”, *Diponegoro Law Journal*, Vol. 8 No. 14, 2019, hlm. 72

masalah yang besar, dengan persaingan global yang terus berkembang. Perlindungan hukum sangat dibutuhkan dalam persaingan dan banyaknya produk serta layanan yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah.<sup>92</sup> Eksistensi konsumen sebagai pemakai suatu barang dan jasa tidak terlepas dari hak-hak spesifik yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Seorang konsumen cenderung lebih lemah dibandingkan pelaku usaha, oleh karena itu diperlukan perlindungan secara khusus terhadap konsumen melalui hukum perlindungan konsumen.<sup>93</sup>

Label harga merupakan suatu pernyataan berkaitan dengan informasi serta nilai atau harga yang tercantum pada barang dan dimaksudkan untuk mempermudah konsumen dalam mempertimbangkan jenis barang yang akan diterima. Implikasi antara label harga dan bukti transaksi, tentu tidak terlepas daripada beberapa hak konsumen yang harus terlaksana atas penerapan beberapa kewajiban daripada pelaku yang terlibat.<sup>94</sup> Berdasarkan Pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen, berikut hak-hak konsumen yang harus terpenuhi Di Indomaret Tasikmadu, antara lain :<sup>95</sup>

---

<sup>92</sup> Abdul Halim Barkatullah, "Urgensi Perlindungan Hak-hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce, *Jurnal Hukum*, Vol. 14, No. 2, 2007, hlm. 252

<sup>93</sup> Sudjana & Elisatris Gultom, *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, (Bandung: CV Keni Media, 2016), hlm. 75

<sup>94</sup> Nicholas Alveroz Hutagaol, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Perbedaan Label Harga Dengan Bukti Transaksi Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999", *Lex Crimen*, Vol. 7, No. 2, 2023, hlm. 4

<sup>95</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung: Nusa Media, 2010), hlm. 33



1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa

Hak tersebut mengandung pengertian bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman, aman dan tentunya memberikan keselamatan. Oleh sebab itu, konsumen perlu di lindungi dari seluruh bahaya yang mengancam kesehatan, jiwa, dan harta benda karena memakai produk tersebut. setiap produk baik dari aspek, komposisi bahan, konstruksi, bahkan kualitasnya perlu diarahkan supaya mempertinggi rasa kenyamanan dan keselamatan konsumen. Konsumen mempunyai hak untuk dilindungi karena mendapatkan kenyamanan terhadap barang dan jasa.<sup>96</sup>

Dalam hal ini pihak Indomaret Tasikmadu sudah menerapkan hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan. Yang dimana pada Indomaret Tasikmadu ini telah menyediakan barang dan jasa yang sudah aman, kenyamanan dan keselamatan dalam berbelanja. Misalnya seperti dalam penggunaan kosmetik, konsumen sudah mendapatkan jaminan atas keselamatan dan keamanan dalam penggunaan produk kosmetik yang telah dibelinya di Indomaret Tasikmadu. Dan sejauh ini belum ada isu-isu mengenai konsumen Indomaret Tasikmadu telah mengalami kerugian psikis setelah mengonsumsi barang-barang yang berada di Indomaret.

---

<sup>96</sup> Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 49-50

2. Hak untuk memilih barang/jasa serta mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar serta jaminan yang dijanjikan

Dalam hal ini pihak Indomaret Tasikmadu sudah memenuhi atau menerapkan hak konsumen untuk memilih barang/jasa serta mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar serta jaminan yang dijanjikan. Pihak Indomaret Tasikmadu ini telah memberikan harga sesuai dengan kualitas barang/jasa itu sendiri, tanpa ada kecurangan dalam menetapkan sebuah harga demi keuntungan yang tinggi.

3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai barang/jasa

Pada hal ini pihak Indomaret Tasikmadu belum menerapkan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan jelas. Sebab masih ditemukan adanya perbedaan pada harga barang *display* dengan *scan* kasir, yang mengakibatkan kerugian bagi seorang konsumen. Karena beban biaya yang dikeluarkan menjadi bertambah. Dengan contoh kasus yang sudah peneliti sebutkan bahwa terdapat konsumen yang sedang membeli snack oreo original dengan harga barang pada *display* senilai Rp 8.900, setelah di *scan* kasir harganya menjadi Rp 10.600. hal ini yang membuat konsumen merasa kesal dan kecewa karena harga yang di *display* dengan *scan* kasir berbeda.

4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang/jasa yang digunakan

Konsumen berhak mengeluarkan pendapat atau keluhan apabila menerima barang/jasa yang tidak sesuai dengan yang di

inginkan. Pada hal ini pihak Indomaret Tasikmadu belum menerapkan hak tersebut. Karena ketika ada seorang konsumen yang mengalami perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir, pihak konsumen melakukan komplain kepada kasir. Namun, dari pihak Indomaret Tasikmadu hanya memberikan penjelasan terkait harga barang yang berbeda dengan kasir. Dan seorang konsumen tetap membayar nominal yang sesuai dengan *scan* kasir.

5. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur

Dalam hal ini seorang konsumen harus mendapatkan hak dilayani secara benar dan jujur dalam berbelanja atau melakukan transaksi lainnya. Pihak Indomaret Tasikmadu sudah menerapkan hak tersebut, yakni karyawan telah memberikan pelayanan yang baik, ramah dan sopan kepada para konsumen yang sedang berbelanja. Tidak ada pembedaan apapun berdasar kasta, ras, kaya, miskin, dan lainnya.

6. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian

Seorang konsumen berhak mendapatkan kompensasi maupun ganti rugi atas kerugian yang diterimanya dalam sebuah transaksi jual beli yang dilakukan. Apabila tidak adanya kecocokan dalam gambar maupun kualitas, konsumen berhak melakukan sebuah tuntutan terhadap pelaku usaha.<sup>97</sup> Dalam hal ini pihak Indomaret Tasikmadu

---

<sup>97</sup> Disperindag, “Perlindungan Konsumen Menurut UU NO 8 Tahun 1999”, <https://disperindag.sumbapro.go.id/details/news/9218#:~:text=Konsumen%20berhak%20untuk%20mendapat%20produk,konsumen%20berhak%20menuntut%20hak%20tersebut>, diakses pada tanggal 20 November 2023 Jam 19.35

sudah menerapkan hak tersebut sebagaimana mestinya. Apabila seorang konsumen menemui barang yang rusak, maka pihak Indomaret Tasikmadu akan memberikan ganti rugi dengan barang yang baru/lainnya (tidak rusak).

### **C. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perbedaan Harga Barang Di Indomaret Tasikmadu**

Bisnis bukan hanya menyangkut tentang persoalan mencari sebuah profit/keuntungan, tetapi juga bersentuhan dengan aspek sosial dan psikologi individu. Etika bisnis yang harus diterapkan oleh perilaku bisnis tentunya yang bersifat tidak merugikan secara sosial ekonomi, tidak mengeksploitasi konsumen. Islam sebagai agama memiliki prinsip dan sistem bisnis yang khas dengan etika yang tegas yang didasarkan pada prinsip amanah.<sup>98</sup>

Jual beli atau bisnis dalam Islam tidak terlepas dari yang namanya etika. Etika yang semestinya dipegang oleh semua pihak antara penjual dan pembeli demi menjaga kemaslahatan bagi semua kalangan, yang pada akhirnya terbentuk sistem pasar yang aman, jujur dan tidak merugikan bagi salah satu pihak.<sup>99</sup> Etika bisnis Islam telah memberikan ketentuan bahwa para pelaku bisnis harus mengetahui dan memahami prinsip-prinsip etika dalam berbisnis, agar bisnis yang dilakukan mendapatkan keberkahan dan ridho dari Allah SWT, yaitu dengan memperhatikan lima

---

<sup>98</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012)hlm. 15

<sup>99</sup> Syaifullah, "Etika Jual Beli Dalam Islam", *Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11, No. 2, 2014, hlm. 371-375

prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam.<sup>100</sup> Adanya etika dalam bisnis bertujuan untuk menjaga hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis islam di Indomaret Tasikmadu, berikut ini prinsip-prinsip yang harus dipenuhi, diantaranya  
:<sup>101</sup>

#### 1. Tauhid/Kesatuan (*Unity*)

Konsep tauhid berarti Allah SWT telah menentukan batasan-batasan tertentu terhadap perbuatan manusia agar dapat memberikan faedah tanpa harus mengorbankan hak individu. Prinsip tauhid mengantarkan manusia dalam segala aktifitas ekonomi untuk mempercayai bahwa harta benda yang berada dalam genggamannya mutlak milik Allah SWT.<sup>102</sup> Tauhid akan menghasilkan kesatuan dunia dan akhirat, mengantar seseorang untuk tidak hanya mengejar keuntungan material semata, namun juga untuk mendapatkan keberkahan dan keuntungan yang kekal.

Pada prinsip tauhid ini, pihak Indomaret Tasikmadu sudah menerapkan prinsip tauhid atau kesatuan. Yang dimana dalam prinsip tauhid ini meyakinkan kepada semua umat bahwa kegiatan apapun

---

<sup>100</sup> Rahmatul Qifthiyah, “Respon Masyarakat Terhadap Sistem Diskon Di Alfamart Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Alfamart 24 Tejosari Kota Metro)”, Skripsi Tidak Diterbitkan, Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Metro 2017

<sup>101</sup> Nandang Ihwanudin, dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam (Teori dan Aplikasi)*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022), Hlm. 10

<sup>102</sup> Destiya Wati, dkk, “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop”, *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 1, 2022, hlm. 148

selalu diawasi oleh Allah, sehingga kecil kemungkinan untuk berbuat kecurangan atau kebohongan dalam bisnisnya. Sedangkan di Indomaret ini dalam menetapkan harga *display* dengan *scan* kasir sudah menerapkan penetapan harga dengan baik, amanah serta jujur tanpa ada kecurangan didalamnya. Karyawan memiliki sikap baik dalam mempromosikan sebuah barang-barang yang tersedia demi mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

## 2. Kejujuran/Kebenaran

Bisnis tidak akan bertahan lama dan berhasil apabila didalamnya tidak didasarkan prinsip kejujuran. Maksud dari prinsip kejujuran atau kebenaran ini meliputi tentang niat, sikap serta perilaku para pelaku bisnis dalam melakukan transaksi kepada konsumen. Sikap sopan, ramah, murah hati dan sabar yang dimiliki oleh seorang karyawan akan menjadi salah satu daya tarik konsumen yang memberikan hal positif. Kejujuran merupakan sebuah kunci keberhasilan dalam melakukan bisnis. Kebenaran dalam etika bisnis Islam adalah perikaku benar tanpa ada unsur penipuan dalam menjalankan bisnis untuk mencapai keberhasilan dan keuntungan.<sup>103</sup>

Pada prinsip ini, Indomaret Tasikmadu sudah menerapkan prinsip kebenaran karena karyawan-karyawan di Indomaret telah bersikap baik

---

<sup>103</sup> Niki, Apa Prinsip Kebenaran dalam Etika Bisnis Islam dan Contoh Perbuatannya, <https://www.kompasiana.com/niki61613/6243c9822607db611e51bec2/apa-prinsip-kebenaran-dalam-etika-bisnis-islam-dan-contoh-perbuatannya#:~:text=Kebenaran%20dalam%20etika%20bisnis%20Islam%20yaitu%20niat%2C%20sikap%20dan%20perilaku,untuk%20memperoleh%20kesuksesan%20dan%20keuntungan.&text=Hadist%20di%20atas%20menjelaskan%20bahwa,niscaya%20hidupnya%20akan%20membawa%20kebaikan.>, diakses pada tanggal 26 September 2023 Jam 10.19

dan ramah saat melayani konsumen dengan baik. contohnya seperti seorang kasir yang melakukan pengecekan barang yang dipilih oleh seorang konsumen serta menjaga kualitas barang sebelum dibayarkan ke kasir agar tidak terjadi kekeliruan.

### 3. Keadilan/Keseimbangan (*Equilibrium*)

Pada prinsip keadilan ini menuntut agar setiap orang dapat diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria rasional objektif.<sup>104</sup> Konsep keseimbangan dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan di akhirat harus diterapkan oleh seorang pelaku bisnis Islam. Maka dalam Islam, manusia telah dianjurkan untuk selalu menerapkan keadilan dalam beraktivitas di dunia bisnis. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Maidah : 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ الْعَدْلُ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

*Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan. (QS. Al-Maidah : 8)<sup>105</sup>*

Pada prinsip ini, Indomaret Tasikmadu belum menerapkan prinsip keseimbangan. Karena pada dasarnya pihak Indomaret seharusnya

<sup>104</sup> Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010, hlm. 17

<sup>105</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), Hlm. 86

menerapkan sikap adil dan seimbang dalam mempromosikan barang dan melayani konsumen sebagaimana mestinya. Namun, dalam penetapan harga barang *display* dengan *scan* kasir telah terjadi permasalahan didalamnya yaitu terdapat perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir. Karena dianggap tidak seimbang dalam menetapkan harga antara harga yang di *display* dengan *scan* kasir. Hal ini disebabkan karena 3 faktor yaitu kelalaian karyawan, kemalasan konsumen, serta data harga bermasalah dari pusat.<sup>106</sup> Terjadinya perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir ini sangat merugikan bagi seorang konsumen dan menimbulkan kekecewaan kepada konsumen. Karena harga barang yang dibayarkan ternyata lebih mahal dari harga yang berada di tulisan rak etalase.

#### 4. Kehendak bebas (*Free will*)

Kebebasan adalah hal penting dalam etika bisnis Islam. Akan tetapi adanya kebebasan ini jangan sampai mengganggu dan merugikan kepentingan bersama. Kebebasan yang berada dalam diri manusia itu bersifat khusus, sedangkan kebebasan yang bersifat tidak khusus hanya milik Allah SWT.<sup>107</sup> Berdasarkan prinsip kehendak bebas ini, insan memiliki kebebasan dalam membuat suatu perjanjian termasuk menepati janji atau mengingkarinya.

---

<sup>106</sup> Anggita Dara (Kasir), *Wawancara pribadi*, Tanggal 16 September 2023 Jam 11.15

<sup>107</sup> Destiya Wati, dkk, "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop", *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Vol. 5, NO. 1, 2022. Hlm. 143-144



Pada prinsip ini, Indomaret Tasikmadu telah menerapkan prinsip kehendak bebas. Yang dimana maksud dari prinsip ini adalah pihak Indomaret telah memberikan kebebasan kepada para konsumen untuk memilih barang dan kualitas barang yang akan di belinya. Konsumen bebas dalam menentukan barang pilihannya sendiri tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

#### 5. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Tanggung jawab merupakan sikap atau perilaku untuk menunjukkan sesuatu dengan sungguh-sungguh dan siap menanggung resiko. Dalam dunia bisnis, prinsip tanggung jawab sangat berlaku. Semuanya perlu pertanggung jawaban terhadap apa yang telah dilakukan oleh para pelaku bisnis, baik ketika memproduksi barang, melakukan transaksi maupun melakukan sebuah perjanjian.<sup>108</sup>

Pada prinsip ini, pihak karyawan Indomaret Tasikmadu belum menerapkan rasa tanggung jawabnya dalam penempelan harga. Karena masih terjadi kemalasan serta kelalaian karyawan dalam memberi atau menempel harga pada *display*. Sehingga menimbulkan perbedaan harga antara barang *display* dengan *scan* kasir.

---

<sup>108</sup> *Ibid*, hlm. 144

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil, antara lain sebagai berikut :

1. Terjadinya perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu disebabkan oleh 3 faktor yaitu kemalasan karyawan, kelalaian karyawan dan data bermasalah dari pusat. Adanya perbedaan pada harga di etalase ini menimbulkan rasa kecewa seorang konsumen dan pihak konsumen merasa dirugikan, karena beban biaya yang harus dikeluarkan menjadi bertambah.
2. Ditinjau dari Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, adanya perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir ini menyebabkan hak-hak konsumen tidak terpenuhi secara keseluruhan. Konsumen adalah pihak yang tingkatannya paling rendah di bidang perdagangan. Namun, semua hak-hak konsumen ini sudah diterapkan oleh pihak Indomaret Tasikmadu kecuali hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai barang/jasa dan hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang/jasa yang digunakan. Karena terjadi sebuah perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir tersebut.
3. Ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam, penetapan harga barang *display* dengan *scan* kasir di Indomaret Tasikmadu ini belum terpenuhi

seluruhnya. Prinsip-prinsip tersebut antara lain tauhid (unity), kejujuran, keadilan/keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (free will), dan tanggung jawab (responsibility). Namun, pihak Indomaret Tasikmadu belum menerapkan prinsip keseimbangan dan tanggung jawab. Karena telah memberikan harga barang yang tidak seimbang atau tidak sama dengan yang ada di *scan* kasir dan kurangnya rasa tanggung jawab seorang karyawan dalam melakukan pengecekan serta penggantian label harga.

## **B. Saran**

Berdasarkan permasalahan yang peneliti bahas dalam skripsi ini, maka peneliti hendak menyampaikan saran sebagai berikut :

1. Untuk pihak Indomaret Tasikmadu seharusnya memberikan bentuk perlindungan hukum bagi konsumen. Dengan memenuhi hak-hak konsumen sepenuhnya. Dan lebih memperhatikan SOP yang berlaku.
2. Untuk para karyawan Indomaret diharap agar lebih disiplin dan tidak malas dalam mengecek harga dan penggantian harga sesuai dengan hari, tanggal promo berlaku. Agar tidak terjadi perbedaan harga barang *display* dengan *scan* kasir lagi.
3. Bagi semua konsumen yang melakukan transaksi atau perbelanjaan di Indomaret, kita harus lebih teliti lagi dalam memilih barang tentunya pada harga yang tertera di *display*. Konsumen juga harus lebih teliti dalam melihat S&K promo barang yang tersedia. Agar tidak terjadi

kekecewaan dan merasa dirugikan pada saat melakukan pembayaran di kasir.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku-Buku

- Abubakar, Rifa'I. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga. 2021.
- Alma, Buchari. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Bandung: Alfabeta. 2011.
- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2010.
- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 2013.
- Barkatullah, Abdul Halim. *Hak-Hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media, 2015.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentasihan mushaf Al-Qur'an. 2019.
- Dewi, Eli Wuria. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*. Malang: UIN Malang Perss. 2008.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2012.
- Hadiningrum, Lila Pangestu. *Metode Penelitian Ahlimedia Sebuah Penghantar Disiplin Keilmuan*. Malang: Ahlimedia Press (Anggota IKAPI: 264/JTI/2020)). 2021.
- Haque, Marissa Grace dkk. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang: Pascal Books. 2021.
- Harahap, Nursapia. *Penelitian Kualitatif*. Sumatera: Wal Ashri Publishing. 2020.

- Hardani dkk. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu. 2020.
- Ihwanudin, Nandang dkk. *Etika Bisnis Dalam Islam (Teori dan Aplikasi)*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung. 2022.
- K. Bertens. *Pengantar Etika Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2022.
- Masykuroh, Nihayatul. *Etika Bisnis Islam*. Banten: CV. Media Karya Kreatif. 2020.
- Patton, Michael Quinn. *Metodologi Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.
- Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Prenadamedia Group. 2018.
- Sadar, M dkk. *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: Akademia, 2012.
- Setyagustina Kurniasih dkk. *Pasar Modal Syariah*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung. 2023.
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Grasindo, 2006.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. *Dasar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. 2015.
- Sudjana & Elisatris Gultom. *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*. Bandung: CV Keni Media, 2016.
- Supriadi. *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Bogor: Guepedia. 2018.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Undang-Undang RI No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Bandung: Citra Umbara, 2007.

## B. Jurnal-Jurnal

- A. Meisia M. Sondakh, dkk. "Strategi Pemasaran Bisnis Rotel Alfamart Desa Pontak Kecamatan Ranoyapo". *Productivity*. Vol. 2. No. 5. 2021.
- Afis dan Tri Handayani. "Peran Promosi Melalui Iklan Katalog Dalam Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Minimarket Indomaret Bengkalis)". *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*. Vol. 4. No. 2. 2020.
- Andirasari, Shavira dkk. "Perlindungan Konsumen Terhadap Selisih Harga Pada Rak Dengan Struk Kasir Di Indomaret Semarang". *Diponegoro Law Journal*. Vol. 8 No. 14. 2019.
- Andriasari, Shavira dkk. "Perlindungan Konsumen Terhadap Selisih Harga Rk Dengan Struk Kasir di Indomaret Semarang". *Diponegoro Law Journal*. Vol. 8. No. 4. 2019.
- Apriani, Rani. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Perbankan Di Indonesia". *Jurnal Ilmiah Hukum De'Jure :Kajian Ilmiah Hukum*. Vol. 2. No. 2. 2017.
- Arifin, M. Zainal dan Pikri Azhari. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Alfamart Kota Palangkaraya". *Jurnal Al-Qardh*. Vol. 5. No. 2. 2017.
- Baidowi, Aris. "Etika Bisnis Perspektif Islam". *Jurnal Hukum Islam*. Vol. 9. No. 2. 2011.
- Barkatullah, Abdul Halim. "Urgensi Perlindungan Hak-hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce". *Jurnal Hukum*. Vol. 14. No. 2, 2007.
- Chan, Faizal dkk. "The Impact Of Bullying The Confidence Of Elemetary School Student". *Jurnal Pendas Mahakam*. Vol. 4. No. 2. 2019.

- Fauzia dan Nurwahida. "Strategi Penetapan Harga Jual dan Penawaran Dalam Perspektif Syariah Toko Sinar Rahmat Kecamatan Sinjai Utara". *Asy-Syirkah (Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi, dan Bisnis Islam)*. Vol. 1. No. 1. 2019.
- Ghafur. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam". *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Vol. 4. No. 1. 2018.
- Gunawan Putra, Chandra Adi. dkk, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat". *Jurnal Analogi Hukum*. Vol. 5. No. 1. 2023.
- Haitam, Ibnu. "Etika Bisnis Islam Kejujuran Menurut Perspesi Atthabary Dan Al-Qurtubhy". *Mukaddimah : Jurnal Studi Islam*. Vol. 2. No. 2. 2018.
- Haryanti, Nine dan Trisna Wijaya. "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya". *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4. No. 2. 2019.
- Hasanah, Hasyim. "Teknik-Teknik Observasi". *Jurnal at-Taqaddum*. Vol. 8. No. 1, 2016.
- Henri Saragih, Henri. "Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Nutrica Indonesia Sejahtera Medan". *Jurnal Ilmiah Methonomi*. Vol. 1. No. 2. 2015.
- Hutagaol, Nicholas Alveroz. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Perbedaan Label Harga Dengan Bukti Transaksi Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999". *Lex Crimen*. Vol. 7, No. 2. 2023.
- Indrianingsih, Laily. "Perlindungan Konsumen Terhadap Perbedaan Harga Pada Rak Barang Dengan Struk Kasir Di Ria Swalayan Mojosari". *DIH : Jurnal Ilmu Hukum*. Vol. 17. No. 2. 2021.



- Kuahaty, Sarah Selfina dkk. “Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa Di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupatwn Maluku Tengah”. *Al Wadthu Jurnal Pengabdian Hukum*. Vol. 1. No. 2. 2021.
- Laoli, Victorinus. “Analisis Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Pembelian Bahan-Bahan Bangunan UD. Sentosa Gunung Sitoli)”. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Vol. 1. No. 2. 2018.
- Linazah, Nisvi Lailul. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Underpricing Pada Perusahaan Yang Melakukan Penawaran Umum Perdana di Bursa Efek Indonesia”. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. Vol. 1. No. 1. 2015.
- Maharani, Sagung Agung Sintia. “Akibat Hukum Terhadap Perbedaan Harga Barang Pada Label (*Price Tag*) Dan Harga Kasir”. *Kertha Semaya : Jurnal Ilmu Hukum*. Vol. 2. No. 5. 2014.
- Marzuqi, Achmad Yusuf dan Achmad Badarudin Latif. “Manajemen Laba Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam”. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*. Vol. 7. No. 1. 2010.
- Muslim, Moh. “Membangun Visi Perusahaan”. *Esensi*. Vol. 20. No. 3. 2017.
- Nawatmi, Sri. “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam”. *Jurnal Fokus Ekonomi (FE)*. Vol. 9. No. 1. 2010.
- Nilamsari, Natalina. “Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif”. *Wacana*, Vol. XIII. No. 2. 2014.
- Nurhadi. “Analisis Promosi Terhadap Tingkat Pelayanan Kasir Supermarket Ramayana Cikupa Tangerang”. *Jurnal Moneter*. Vol. V. No. 1. 2018.

- Pujiati, Naning. "Analisis Penyebab Fluktasi Harga Barang Pokok Di Pasar Kabupaten Magetan Jawa Timur". *Jurnal Neraca*. Vol. 4. No. 2. 2020.
- Ramadhani, Jun. "Kebijakan Pemberian Izin Usaha Toko Modern Alfamart dan Indomaret Oleh Pemerintah Kota Pekanbaru Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern". *JOM Fakultas Hukum*. Vol. 2. No. 1. 2015.
- Rosaliza, Mita. "Wawancara Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif". *Jurnal Ilmu Budaya*. Vol. 11. No. 2, 2015.
- Sari, Bida dan Estu Mahanani. "Analisis Pengaruh Harga, Produk, Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Telon Lang (Survey Event CSR Pt. Eage Indo Pharma)". *Jurnal STIE Ekonomi*. Vol. 26. No. 02. 2017.
- Sianturi, Ronda Deli. "Strategi Promosi dan Store Interior Terhadap Daya Beli Konsumen Pada Industri Ritel (Studi Kasus Indomaret Johor)". *Arbitrase : Journal of Economics and Accounting*. Vol. 2. No. 1. 2021.
- Sinaga, Niru Anitadan Nunuk Sulisrudatin. "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Di Indonesia". *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*. Vol. 5. No. 2. 2015.
- Silviyah, Nur Manna. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM". *Al-Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*. Vol. 10. No. 1. 2022.
- Sumarsid dan Atik Budi Paryanti. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan SetiaBudi)". *Jurnal Ilmiah M-Progress*. Vol. 12. No. 1. 2022.

- Suparman, Dadang. “Pengaruh Lokasi, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Indomaret Cinagen Kab. Sukabumi”. *Jurnal Ekonomedia*, Vol. 7. No. 1. 2018.
- Syaifullah. “Etika Jual Beli Dalam Islam”. *Jurnal Studia Islamika*. Vol. 11. No. 2. 2014.
- Wahyuni, Rita. “Prosedur Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indomaret Tugu Cimanggis”. *Jurnal Abiwara*. Vol. 1. No. 1. 2019.
- Wati, Destiya dkk. “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop”. *El-Mal : Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. Vol. 5. No. 1. 2022.
- Wati, Destiya dkk. “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop”. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. Vol. 5. No. 1. 2022.

### **C. Skripsi**

- Amalia, Laili. “Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Fotokopi dan Percetakan Mitra Jetis Kabupaten Ponorogo)”. *Skripsi*, Prodi Ekonomi Syariah Islam. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. 2023.
- Azali, Novia Yulianti. “Perlindungan Konsumen Terhadap Selisih Harga Pada Label *Display* Dan Kasir Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Di Supermarket Pamella Dua dan Superindo Yogyakarta)”. *Skripsi*. Prodi Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2016.
- Fatonah, Siti. “Kepastian Harga pada Label *Price* di Hypermart Bencoleen Indah Mall Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. *Skripsi*. Program

Studi Ekonomi Syariah. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. 2019.

Qifthiyah, Rahmatul. “Respon Masyarakat Terhadap Sistem Diskon Di Alfamart Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Alfamart 24 Tejosari Kota Metro)”. *Skripsi*. Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2017.

Veronica, Lala. “Sistem Promo Dalam Praktik Jual Beli di Indomart Kabupaten Bengkulu Tengah Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif”. *Skripsi*. Program Studi Hukum Ekonomi Syariah. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu. 2020.

#### **D. Wawancara**

Afif Putri Pratiwi (Konsumen Indomaret), *Wawancara pribadi*, Tanggal 26 September 2023 Jam 16.35

Anggita Dara (Kasir), *Wawancara pribadi*, Tanggal 16 September 2023 pukul 10.25

Inayah Nurul Hanifah (Kepala Toko), *Wawancara pribadi*, Tanggal 8 September 2023 Jam 10.20

Ria Laurensia (Konsumen Indomaret), *Wawancara pribadi*, Tanggal 26 September 2023 Jam 17.10

Suharti (Konsumen Indomaret), *Wawancara pribadi*, Tanggal 8 September 2023 Jam 13.28

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

#### PEDOMAN WAWANCARA

##### A. Pertanyaan untuk Karyawan Indomaret

1. Identitas Narasumber

Nama :

Umur :

Alamat :

2. Sudah berapa lama anda bekerja di Indomaret?

3. Bagaimana pendapat anda tentang peraturan pelayanan yang diterapkan di Indomaret?

4. Apakah selama bekerja pernah mendapat komplain dari konsumen?  
Berupa apa?

5. Bagaimana sikap anda jika menemukan konsumen yang komplain?

6. Strategi apa yang dilakukan oleh pihak Indomaret dalam mengadakan promo?

7. Faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya perbedaan harga *display* dengan *scan* kasir?

##### B. Pertanyaan untuk Konsumen Indomaret

1. Identitas Narasumber

Nama :

Umur :

Alamat :

2. Apakah anda sering berbelanja di Indomaret?
3. Mengapa anda memilih belanja di Indomaret?
4. Apakah anda sering mengikuti promo-promo yang berlaku di Indomaret?
5. Apakah anda pernah mengalami perbedaan harga di *display* dengan *scan* kasir? Bagaimana pendapat anda?
6. Menurut anda, strategi apa saja yang harus diterapkan Indomaret untuk mempromosikan promo yang diadakan?

## Lampiran 2: Hasil Wawancara

### HASIL WAWANCARA

#### A. Hasil Wawancara Karyawan Indomaret

##### 1. Narasumber 1

Nama : Inayah Nurul Hidayah (Kepala Toko)

Umur : 30 Th

Alamat : Pojok, Mojogedang, Karanganyar

Isi :

Peneliti : Sudah berapa lama anda bekerja di Indomaret?

Narasumber : Alhamdulillah saya sudah bekerja di Indomaret selama 11 tahun.

Peneliti : Bagaimana pendapat anda tentang peraturan pelayanan yang diterapkan di Indomaret?

Narasumber : Adanya peraturan pelayanan di Indomaret ini sangat efektif dan membantu kita sebagai karyawan dalam menjalankan tugas serta tanggung jawab sebagaimana mestinya. Jam operasional di Indomaret ini dibagi menjadi 2 shift. Shift pagi dari jam 07.00-15.00, shift siang jam 14.00-22.00.

Peneliti : Apakah selama bekerja pernah mendapat komplain dari konsumen? Berupa apa?

Narasumber : Kalau komplain tentunya sering kita dapati. Contohnya itu seperti masalah antrian. Pembeli atau konsumen sering

menyerobot antrian karena tidak sabar. Nah, sebagai karyawan kita tentunya memberi teguran dengan baik. Tetapi kadang ada yang tidak terima.

Peneliti : Bagaimana sikap anda jika menemukan konsumen yang komplain?

Narasumber : Ya kita sebagai karyawan tentunya akan memberikan pelayanan yang terbaik. Apabila ada konsumen yang komplain kita berusaha mendekati secara baik-baik dan memberikan teguran. Namun, terkadang ada konsumen yang tidak terima . maka daripada menimbulkan keributan kita mending diem yang penting kita sebagai karyawan sudah menjalankan SOP yang ada.

Peneliti : Strategi apa yang dilakukan oleh pihak Indomaret dalam mengadakan promo?

Narasumber : Di Indomaret itu terdapat promo katalog. Namanya super hemat. Promo itu keluar setiap hari rabu. Nah setiap hari rabu dari perusahaan kita ngeluarin seperti browsur yang namanya *leaflet* yang berlaku selama 1 minggu. Dan promo mingguan-nya itu ada JSM (Jum'at, Sabtu, Minggu).

Peneliti : Faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya perbedaan harga *display* dengan *scan* kasir?



Narasumber : Kalau faktor penyebab itu menurut saya ada 2 kemungkinan ya mbak. Yang pertama yaitu kelalaian karyawan dan gangguan jaringan toko.

## 2. Narasumber 2

Nama : Anggita Dara (Kasir)

Umur : 27 Th

Alamat : Suruh Pendem Wetan, Tasikmadu, Karanganyar

Isi :

Peneliti : Sudah berapa lama anda bekerja di Indomaret?

Narasumber : Sudah 3 tahun.

Peneliti : Bagaimana pendapat anda tentang peraturan pelayanan yang diterapkan di Indomaret?

Narasumber : Peraturan pelayanan yang diterapkan di Indomaret ini menurut saya membuat kedisiplinan karyawan menjadi lebih baik dan bertanggung jawab sesuai jobdesk

Peneliti : Apakah selama bekerja pernah mendapat komplain dari konsumen? Berupa apa?

Narasumber : Pernah, apalagi jabatan saya disini sebagai kasir. contohnya ada yang berupa masalah perbedaan harga *display* dengan *scan* kasir dan masalah antrian kasir.

Peneliti : Bagaimana sikap anda jika menemukan konsumen yang komplain?

- Narasumber : Sikap saya ketika menemukan konsumen yang komplain tentunya memberi penjelasan serta pengarahan yang baik agar dapat diterima oleh konsumen dengan mudah.
- Peneliti : Strategi apa yang dilakukan oleh pihak Indomaret dalam mengadakan promo?
- Narasumber : Strategi yang sering dilakukan di Indomaret ini adalah membuat atau mengeluarkan *leaflet* atau brosur promo-promo yang akan dikeluarkan setiap minggunya, kemudian menyebarkan brosur ke jalan.
- Peneliti : Faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya perbedaan harga *display* dengan *scan* kasir?
- Narasumber : Faktor yang menyebabkan terjadi perbedaan harga ini adalah kelalalain karyawan, kemalasan karyawan dalam mengecek serta mengganti harga terbaru, dan kadang bermasalah dari pusat.

## **B. Hasil Wawancara Konsumen Indomaret**

### **1. Narasumber 1**

- Nama : Suharti (Ibu Rumah Tangga)
- Umur : 45 Th
- Alamat : Klumprit, Matesih, Karanganyar
- Isi :
- Peneliti : Apakah anda sering berbelanja di Indomaret?
- Narasumber : Jarang

- Peneliti : Mengapa anda memilih belanja di Indomaret?
- Narasumber : Karena di Indomaret ini terdapat pelayanan yang sangat ramah, tempat nyaman, dan bersih.
- Peneliti : Apakah anda sering mengikuti promo-promo yang berlaku di Indomaret?
- Narasumber : Tidak
- Peneliti : Apakah anda pernah mengalami perbedaan harga di *display* dengan *scan* kasir? Bagaimana pendapat anda?
- Narasumber : Pernah, waktu itu saya membeli minyak goreng mbak. Pada rak etalase itu harganya padahal murah, eh sesampai di kasir ternyata jadi lebih mahal. Kalau pendapat saya, setelah adanya perbedaan harga ini saya agak merasa kecewa dan kesal. Karena yang harusnya saya membayar dengan harga murah justru menjadi mahal.
- Peneliti : Menurut anda, strategi apa saja yang harus diterapkan Indomaret untuk mempromosikan promo yang diadakan?
- Narasumber : Strateginya mungkin bisa dibuat seperti brosur dan ditempel di dekat kasir agar dapat dilihat oleh para pembeli.

## 2. Narasumber 2

- Nama : Afif Putri Pratiwi (Notaris)
- Umur : 24 Th
- Alamat : Ngringo, Jaten, Karanganyar
- Isi :
- Peneliti : Apakah anda sering berbelanja di Indomaret?
- Narasumber : Tidak sering, tapi kalo dibandingkan dengan toko lain saya lebih suka belanja di Indomaret.
- Peneliti : Mengapa anda memilih belanja di Indomaret?
- Narasumber : Karena tempatnya yang bersih, nyaman, dan barang yang dijualnya sangat berkualitas.
- Peneliti : Apakah anda sering mengikuti promo-promo yang berlaku di Indomaret?
- Narasumber : Tidak
- Peneliti : Apakah anda pernah mengalami perbedaan harga di *display* dengan *scan* kasir? Bagaimana pendapat anda?
- Narasumber : Ya, pernah. Pada waktu itu saya sedang membeli sebuah barang kalau nggak lupa Oreo original. Harga yang tertera di *display* senilai Rp 8.900, namun pada saat di *scan* kasir menjadi Rp 10.800. Menurut saya itu agak merugikan konsumen/pembeli karena yang tau harga *display*

lebih murah ternyata pas dihitung di kasir menjadi agak mahal.

Peneliti : Menurut anda, strategi apa saja yang harus diterapkan Indomaret untuk mempromosikan promo yang diadakan?

Narasumber : Menurut saya bisa melalui web-site atau media social seperti Instagram yang tentunya sering dijangkau oleh masyarakat.

### 3. Narasumber 3

Nama : Ria Laurensia (Guru)

Umur : 28 Th

Alamat : Botohan, Tasikmadu, Karanganyar

Isi :

Peneliti : Apakah anda sering berbelanja di Indomaret?

Narasumber : Ya, saya cukup sering berbelanja di Indomaret.

Peneliti : Mengapa anda memilih belanja di Indomaret?

Narasumber : Karena lebih lengkap isinya dan sekarang ada Indomaret yang buka 24 jam jadi kalau menurut saya lebih efektif aja kalau semua toko sudah tutup. Dan banyak pilihan promo menarik yang ditawarkan.

Peneliti : Apakah anda sering mengikuti promo-promo yang berlaku di Indomaret?

Narasumber : Sering. Apalagi kalau lagi butuh barang kemudian baru ada promo yang pas jadi saya sering beli dan mengikuti promo-promo yang berlaku di Indomaret.

Peneliti : Apakah anda pernah mengalami perbedaan harga di *display* dengan *scan* kasir? Bagaimana pendapat anda?

Narasumber : Pernah. Entah itu saya kurang teliti membaca SK (Syarat Ketentuan) promonya atau gimana tapi harganya beda dengan yang ada di kasir. waktu itu saya membeli Sarden dengan harga Rp 25.400, tetapi setelah di *scan* kasir menjadi Rp 29.400. Kalau menurut saya, ya agak kecewa. Karena mengetahui bahwa yang di harga *display* murah tetapi ketika di *scan* kasir menjadi mahal. Kalau seperti ini terus mungkin semua pembeli yang mengalami perbedaan harga akan komplain ke pihak Indomaret karena dianggap memberi harga yang tidak sesuai dengan harga yang berada di *scan* kasir.

Peneliti : Menurut anda, strategi apa saja yang harus diterapkan Indomaret untuk mempromosikan promo yang diadakan?

Narasumber : Menyebar katalog promo ke masyarakat sekitar atau dengan menyebarkan secara random ke jalan.

**Lampiran 3 : Dokumentasi**

Anggita Dara (Kasir)



Inayah Nurul Hanifah (Kepala Toko)



Ibu Suharti (Konsumen Indomaret)





Ria Laurensia (Konsumen Indomaret)



Afif Putri P (Konsumen Indomaret)



Perbedaan label harga asli dan promo



Contoh perlabelan barang promosi

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

1. Nama : Nur Dwi Safitri
2. NIM : 192111190
3. Tempat, Tanggal Lahir : Karanganyar, 15 Januari 2001
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Botohan, RT 01 RW 01, Desa  
Wonolopo, Kecamatan Tasikmadu,  
Kabupaten Karanganyar
6. Nama Ayah : Sunardi
7. Nama Ibu : Yanti
8. Riwayat Pendidikan :
  - a. TK Pertiwi, lulus tahun 2007
  - b. SD N 1 Wonolopo, lulus tahun 2013
  - c. SMP N 2 Tasikmadu, lulus tahun 2016
  - d. MAN Karanganyar, lulus tahun 2019
  - e. UIN Raden Mas Said Surakarta, 2019-Sekarang