

**ANALISIS PENENTUAN HARGA SUATU PRODUK DI BAWAH
OFFICIAL STORE MENURUT HUKUM ISLAM DAN
UU NO 5 TAHUN 1999**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

VIVI NOVITA

**Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Langsa
Program Strata Satu (S-1)
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Nim : 2012017089**



FAKULTAS SYARIAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

2022 M/ 1443 H

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Sarjana (S-1)
Dalam Ilmu Syariah**

**VIVI NOVITA
NIM. 2012017089**

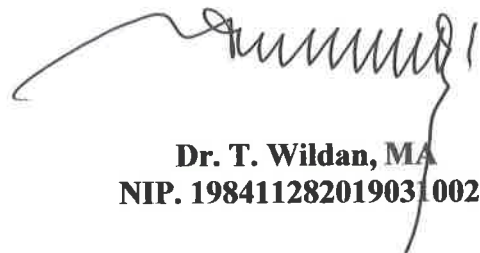
Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



**Dr. Zubir, MA
Nip. 19730924200901 1 002**

Pembimbing II,



**Dr. T. Wildan, MA
NIP. 19841128201903 1 002**

**LEMBAR
PENGESAHAN**

Skripsi berjudul : *Analisis Penentuan Harga Suatu Produk Di Bawah Official Store Menurut Hukum Islam Dan UU No 5 Tahun 1999*. an. Vivi Novita, NIM 2012017089 program studi Hukum Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah IAIN Langsa pada tanggal 10 Agustus 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Sarjana Hukum (SH) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.

Langsa, 22 September 2022
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri Langsa

Ketua,



Syawaluddin, Ismail
NIDN. 2002107801
Anggota I



Dr.H. Yaser Amri, MA
NIP. 197608232009011007

Sekretaris,



Muhammad Firdaus Lc, M.Sh
Nip. 198505082018031001
Anggota II



Rahmad Safitri, SH, M.H
Nip. 198506172020121004

Mengetahui,
Dekan Fakultas Syariah
IAIN Langsa



(Dr. Zulfikar, MA)
Nip. 197209091999051001



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Vivi Novita
Nim : 2012017089
Tempat/Tgl. Lahir : Langsa , 12 April 1999
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Islam (HES)
Fakultas/Program : Syariah
Alamat : Gampong Sudorjo Kec. Langsa Kota
Judul : *“Analisis Penentuan Harga Suatu Produk Di Bawah Official Store Menurut Hukum Islam Dan UU No 5 Tahun 1999.”*

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil dari karya sendiri, jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan piagiat atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Langsa, Maret 2022

Penulis

Vivi Novita



METERAI
TEMPEL
8E4AJXB14252678

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalammualaikum, Wr. Wb.

Aihamduiiiiaahirabbii ‘alamin wasalatu wasalamu ‘ala asrafi ambiyai walmursalin, segala puji hanya untuk Allah SWT yang telah melimpahkan rahmad, taufiq dan hidayahNya kepada penulis sehingga dalam penyusunan skripsi ini mendapat kemudahan. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa ajaran Agama Islam sebagai rahmatan iii ‘alamin sehingga membawa keselamatan bagi umat manusia dan alam semesta ini, dan tidak lupa puia kepada keluarga dan Ai-sahabat Nabi yang telah memperjuangkan agama Islam hingga saat ini.

Tiada kata yang paling pantas selain mengucapkan Aihamduiiiiaah karena penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan tugas akhir kuliah. Adapun judul skripsi ini adalah “***Analisis Penentuan Harga Suatu Produk Di Bawah Official Store Menurut Hukum Islam Dan UU No 5 Tahun 1999***”.

Dengan berkat rahmat dan hidayah Allah SWT penulis dapat menyelesaikan penulisan ini, dalam menulis skripsi ini penulis banyak mengalami hambatan baik dari segi pengalaman dan dari segi waktu juga dari segi bahan yang menjadi landasan utama yang menyangkut dengan penentuan harga produk. Pada kesempatan yang sangat bahagia ini perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Basri, MA , Rektor IAIN Langsa.
2. Dr. Zulfikar, MA, Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa.
3. Anizar, MA Ketua Jurusan HES dan yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Fachrurrazi Lc, M.H.I selaku Penasehat Akademik
5. Zubir, MA selaku pembimbing pertama, Dr. T.Wildan, MA selaku pembimbing kedua yang senantiasa memberikan bimbingan dan mendiskusikan skripsi ini dengan penuh kearifan dan kebijaksanaan tanpa pernah merasa bosan dan lelah demi selesainya penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Staff Perpustakaan, yang selalu mendukung buku-buku yang dibutuhkan.
7. Ibu dosen dan Staff IAIN Langsa yang telah banyak memberikan informasi dan ilmu pengetahuan di bangku perkuliahan.

Demikian skripsi ini penulis susun dan tentunya masih banyak kekurangan yang perlu dibenahi. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan terkait dengan skripsi ini, dan yang paling utama bermanfaat bagi penulis skripsi ini

Langsa , Maret 2022

Penulis



Vivi Novita

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR KEASLIAN	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
ABSTRAK	
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Penjelasan Istilah	8
G. Penelitian Terdahulu.....	11
H. Kerangka Teori	12
I.Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Penentuan Harga Barang	16
B. Konsep Wakalah dalam Fikih Muamalah.....	22
C. Implikasi Undang-Undang No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat	31
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian Dan Pendekatan Penelitian.....	35
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	35
C. Subjek Penelitian.....	36
D. Data dan sumber data.....	36
E. Metode Pengumpulan Data	37
F. Teknik Analisis Data.....	39
G. Keabsahan data.....	39
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN	41
A. Praktik penentuan harga di bawah official store	41
B. Hukum penentuan harga di bawah official store ditinjau menurut hukum Islam.....	48
C. Hukum penentuan harga di bawah official store ditinjau menurut UU No 5 Tahun 1999 tentang penetapan harga jual kembali dan praktik monopoli.....	52

	D. Analisis Penulis	54
BAB V	PENUTUP	56
	A. Kesimpulan	56
	B. Saran-saran	
	Daftar Pustaka	
	Lampiran	

ABSTRAK

Upah merupakan balas jasa terhadap jerih payah kepada pegawai yang telah mengabdikan dirinya untuk melaksanakan sebagian tugas pemerintah dan pembangunan. Di Indonesia upah diatur dalam undang-undang UMP ataupun UMR. Namun banyak pengusaha Latos yang pengupahan karyawannya berdasarkan patokan yang telah dipatok oleh perdagangan dan tidak memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut penulis dapat merumuskan : Bagaimanakah sistem penetapan upah bagi penjaga toko di Langsa Town Square? dan bagaimana tinjauan *Maslahah Mursalah* dan Pergub No.72 Tahun 2016 mengenai penetapan upah bagi penjaga toko di Langsa Town Square?. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif dengan jenis *field reaserch* (lapangan), teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah observasi yaitu pengamatan langsung pada lokasi penelitian, selanjutnya wawancara yaitu melakukan tanya jawab dengan informan yang penulis anggap benar-benar dapat dijadikan subjek penelitian, dan yang terakhir yaitu dokumentasi, data-data yang menurut penulis dapat dijadikan data penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis peroleh dilapangan yaitu : Sistem upah yang ditetapkan di toko Langsa Town Square (Latos) yaitu ditentukan pada awal perjanjian, yang terbagi dua yaitu perhari dan perbulan, upah yang ditetapkan di Latos dibawah Rp.1.200.000. Namun jika omset yang diperoleh melebihi target yang ditentukan atau mencapai target maka akan diberikan bonus. Penetapan upah di Latos terdapat perbedaan ditinjau menurut *masalah mursalah* dengan peraturan yang tercantum Pergub No. 72 Tahun 2016 Mengenai Penetapan Upah. Dimana menurut *masalah mursalah* membolehkan atau membenarkan upah yang ditetapkan di Latos karena *masalahat dharuriyyat* dimana pekerja berkerja karena untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari adalah untuk menghilangkan kemudharatan, dan dari sisi pemilik toko memerlukan bantuan pekerja. Sedangkan jika ditinjau dari peraturan Pergub No.72 Upah yang diberikan kepada pekerja Latos tidak sesuai dengan UMP yang telah ditetapkan.

Key Word: Upah, Peraturan Gubernur No 72 Tahun 2016, Masalah Mursalah

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kondisi dunia usaha banyak diwarnai oleh perilaku usaha yang tidak sehat. Pelaku usaha cenderung memupuk insentif untuk mendapatkan kekuatan pasar dan memperoleh keleluasaan mengendalikan harga. Dalam menciptakan kekuatan pasar tersebut, pelaku usaha melakukan tindakantindakan yang merugikan pesaingnya, seperti melakukan pembatasan pasar (*market restriction*), membuat rintangan perdagangan (*barrier to entry*) masuk pasar, mengadakan kesepakatan kolusif (*collusive agreements*) untuk mengatur harga, membatasi output, mengatur pasar, dan menjalankan praktek anti persaingan lainnya. yaitu, bahwa pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara RI, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.¹

Beberapa peraturan atau perundang-undangan secara langsung mengatur tentang jual beli salah satunya yaitu Penjualan dibawah harga pasar atau ketentuan yang telah ditentukan merupakan salah satu kegiatan yang dilarang secara *Rule of Reason* yang memungkinkan pengadilan mempertimbangkan faktor-faktor kompetitif dan menetapkan layak atau tidaknya suatu hambatan perdagangan. Artinya untuk mengetahui apakah hambatan tersebut bersifat mencampuri,

¹ Rezmia Febrina, *Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha*, Jurnal Selat, 2017, h. 1.

mempengaruhi, atau bahkan menghambat proses persaingan.² Keunggulan *rule of reason* adalah, menggunakan analisis ekonomi untuk mencapai efisiensi guna mengetahui dengan pasti, yaitu apakah suatu tindakan pelaku usaha memiliki implikasi kepada persaingan.

Banyak kasus praktek monopoli yang akan terjadi karena ketidakseimbangan pasar ojek tersebut dan bisa jadi akan atau posisi dominan yang dilakukan oleh ojek atau pelaku usaha. Banyak faktor yang menyebabkan pelaku usaha melakukan praktek monopoli salah satunya dikarenakan kurangnya pengawasan Peraturan pemerintah.

Pada prinsipnya perdagangan atau jual beli merupakan suatu aktivitas bisnis yang melibatkan hubungan antara produsen dan konsumen. Kepentingan produsen adalah memperoleh laba dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan dari segi harga dan mutu barang yang diberikan oleh pelaku usaha. Allah SWT telah mensyariatkan jual beli sebagai pemberian keluasaan dan keleluasaan-Nya bagi manusia.

Akan tetapi banyak pengusaha atau penjual yang kerap bermain dengan harga, dimana penjual menjual harga dibawah harga pasar guna memperoleh pelanggan. Padahal tindakan seperti ini tidak dibenarkan di dalam Islam, Kesalahan dalam penentuan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampaknya berjangkauan jauh. Banyak cara yang dilakukan oleh produsen dalam menetapkan harga, sistem penjualannya pun diatur dengan sedemikian rupa mengingat banyaknya persaingan diluar sana. Produsen harus pandai menentukan

² Rezmia Febrina, *Dampak Kegiatan Jual Rugi...*, h.2

strategi bahkan tidak jarang pula yang sampai melakukan banting harga demi terjualnya produk yang belum laku-laku untuk mengganti produk yang lebih baru. Dalam banting harga biasanya yang dijual adalah bukan bahan pokok seperti makanan dan sembako melainkan kebutuhan sekunder salah satunya seperti cemilan, atau barang yang tidak terlalu dibutuhkan. Ketika barang sudah terlalu lama tidak terjual maka model nya sudah tidak jaman lagi atau produk makan yang mendekati masa kadaluarsa,³ Dalam hal ini produsen berputar otak supaya beberapa barang lama bisa terjual dan hasilnya bisa menambah modal untuk membeli barang/ bahan yang terbaru. Namun tidak setiap waktu banting harga dilakukan,

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas barang yang dijual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan. Dalam berbagai usaha, penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci sebagai akibat dari berbagai hal seperti deregulasi, persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi, dan peluang bagi suatu usaha untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan, dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi

³ Abdul Fatah Idris, *Fiqh Islam Lengkap* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2018), h. 135.

merek. Harga menjadi suatu ukuran bagi konsumen tatkala ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Apabila yang diinginkan oleh konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik, maka tentunya harga barang tersebut adalah mahal. Sebaliknya apabila yang diinginkan oleh konsumen adalah barang dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik, maka harga barang tersebut adalah tidak terlalu mahal.⁴

Berkaitan dengan jual beli di bawah harga pasar penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut, berdasarkan hasil observasi awal, penulis menemukan bahwa terdapat beberapa produk yang diperjual belikan dibawah harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan, salah satu produk tersebut seperti produk makanan yaitu *Pattis*, dimana menurut saudara Icut Pattis merupakan cemilan yang dijual dengan ketetapan harga jual yang telah ditentukan sesuai dengan wilayah tidak boleh di atas maupun di bawah harga pasar, akan tetapi dalam penemuan peneliti beberapa reseller *Pattis* menjual dengan harga dibawah harga yang telah ditetapkan oleh kebijakan perusahaan.

Di dalam Islam mengenai jual beli dibawah harga pasar terdapat perbedaan pendapat yaitu Pendapat pertama: tidak boleh menjual barang dan jasa di bawah harga pasar. Ini pendapat ulama mazhab Maliki. Pendapat ini berpegang kepada atsar bahwa Umar bin Khattab melewati Hatib bin Abi Balta'ah radhiyallahu anhum yang sedang menjual anggur kering di pasar. Maka Umar berkata kepadanya, "Naikkan harganya, atau silahkan meninggalkan pasar". (HR.

⁴ Khodijah Ishak, *Penetapan Harga Ditinjau Dalam Persepektif Islam*, Jurnal Online, <https://media.neliti.com/media/publications/314783-penetapan-harga-ditinjau-dalam-persepekt-3c506349.pdf>, Diakses pada tanggal 08 November 2021.

Malik). Pendapat kedua: boleh menjual barang di bawah harga pasar selagi tujuan pedagang tersebut bukan untuk menghancurkan pedagang lainnya. Ini merupakan pendapat mayoritas para ulama mazhab. Dalil dari pendapat ini, sabda Nabi shallallahu alaihi wa sallam: "Allah merahmati seseorang yang menjual, membeli dan membayar utang dengan hati yang murah". (HR. Bukhari).

Islam mengajarkan bahwa dalam segala transaksi para pihak yang bekerjasama harus memenuhi hak dan kewajiban yang telah ditetapkan. Akan tetapi banyak penjual atau reseller yang tidak mempedulikan mengenai syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan.

Sedangkan di dalam hukum positif, juga ditemukan bahwa salah satu substansi yang diatur UU No. 5 Tahun 1999 tercantum dalam Pasal 8 yang mengatur mengenai larangan membuat perjanjian yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan (selanjutnya disebut "Penetapan Minimum Harga Jual Kembali") sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Berdasarkan hal tersebut diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul "***Analisis Penentuan Harga Suatu Produk Di Bawah Official Store Menurut Hukum Islam Dan UU No 5 Tahun 1999 Pasal 8 Tentang Penetapan Harga Jual Kembali dan Larangan Praktek Monopoli serta Persaingan Usaha Tidak Sehat***".

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi wilayah kajian yang hendak diteliti, agar terhindar dari luasnya pembahasan yang akan dibahas, adapun dalam penelitian ini kajian yang dibahas yaitu penjualan barang dibawah harga yang telah ditentukan official store dalam kajian hukum Islam dan uu no 5 tahun 1999 pasal 8 tentang penetapan harga jual kembali dan larangan praktek monopoli serta persaingan usaha tidak sehat”.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah tersebut di atas penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik penentuan harga suatu produk di bawah official store?
2. Bagaimana hukum penentuan Harga Suatu Produk Di Bawah Official Store ditinjau menurut Hukum Islam ?
3. Bagaimana hukum penentuan Harga Suatu Produk Di Bawah Official Store ditinjau menurut Hukum Islam UU No 5 Tahun 1999 Pasal 8 Tentang Penetapan Harga Jual Kembali dan Larangan Praktek Monopoli serta Persaingan Usaha Tidak Sehat?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui praktik penentuan harga suatu produk di bawah official store.

2. Untuk mengetahui hukum penentuan Harga Suatu Produk Di Bawah Officail Store ditinjau menurut Hukum Islam.
3. Untuk mengetahui hukum penentuan Harga Suatu Produk Di Bawah Officail Store ditinjau menurut Hukum Islam UU No 5 Tahun 1999 Pasal 8 Tentang Penetapan Harga Jual Kembali dan Larangan Praktek Monopoli serta Persaingan Usaha Tidak Sehat.

E. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

- a) Di harapkan menjadi tambahan ilmu yang bermanfaat untuk mahasiswa khusus nya bidang hukum ekonomi syariah khususnya pada bidang jual beli.
- b) Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat secara teori, sekurang-kurangnya berguna sebagai aspirasi pemikiran dalam ranah hukum muamalah.

2. Praktis

- a) Bagi penulis
meningkatkan pemahaman penulis mengenai perdagangan lebih luas lagi dan menjadi penyemangat untuk terus mencarin lebih banyak lagi, khususnya dalam ranah muamalah.
- b) Bagi masyarakat
Sebagai sumber ilmu atau masukan agar lebih mem perhatikan hukum-hukum yang ada di dalam agama Islam.

F. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini berikut penulis paparkan maksud dari judul penelitian penulis, sebagai berikut :

1. Penetapan harga

Penetapan harga adalah proses menetapkan nilai yang akan diterima produsen dalam pertukaran jasa dan barang. Biaya barang dan jasa serupa di pasar. Audiens sasaran untuk siapa barang dan jasa diproduksi. Total biaya produksi (bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya mesin, transit, biaya persediaan, dan lain-lain).

2. Hukum Islam

Hukum Islam bisa dimaknai sebagai seperangkat peraturan yang berdasarkan wahyu Allah dan sunnah Rasul tentang tingkah laku manusia *mukallaf* yang diakui dan diyakini mengikat untuk semua yang beragama Islam.⁵

G. Penelitian Relevan

1. Khodijah Ishak, *Penetapan Harga Ditinjau Dalam Persepektif Islam*, hasil penelitian yang diperoleh yaitu Rasulullah saw tidak pernah menetapkan harga, meskipun penduduk menginginkannya. Bila itu dibolehkan, pastilah Rasulullah akan melaksanakannya, Menetapkan harga adalah sesuatu ketidakadilan (zulm) yang dilarang dan Pihak yang berhak menentukan harga pasar adalah Allah SWT, Harga komoditas perdagangan di suatu tempat

⁵ Muhammad Muslehuddin, *Philosophy of Islamic Law and the Orientalists*, (Lahore: Islamic Publication Ltd, 2018), h. 17

(pasar) cenderung stabil bila mekanisme pasar tersebut normal dan terjadi persaingan yang sempurna, Ibn Taimiyah memandang intervensi pemerintah dalam masalah harga komoditas tertentu diperlukan bila terjadi indikasi distorsi pasar, tetapi bila sebaliknya, pemerintah sebagai regulator diharapkan berperan sebagai pengawas dan inisiator bagi pengembangan ekonomi yang salah satu instrumennya adalah pasar.⁶

2. Anita Roikhatul Janah, 2021, *Jual Beli Dengan Sistem Banting Harga Prespektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Toko Baju Appleblossom Purwokerto)*, kukan oleh toko baju Appleblossom boleh karena tidak mengandung unsur kedzaliman bagi salah satu pihak, owner (pemilik toko) meskipun dalam jumlah uang modal tidak seutuhnya kembali karena sistem banting harga yang dilakukan namun keuntungan dari penjualan lain dapat mengkafernya, tidak hanya itu followers instagram pun naik dimana hal ini merupakan salah satu keuntungan juga dalam penjualan secara online., serta tidak terjadi diskriminasi harga yang mematikan harga pasar dan pedagang sekitar karena dalam Islam banting harga yang dilarang adalah ketika memang dengan sengaja menjual rugi dengan tujuan untuk mematikan harga pasar dan menyingkirkan pedagang sekitar supaya dapat dengan leluasa menguasai dan menentukan harga pasar.⁷

⁶ Khodijah Ishak, *Penetapan Harga Ditinjau Dalam Persepektif Islam*, Jurnal Online, <https://media.neliti.com/media/publications/314783-penetapan-harga-ditinjau-dalam-persepekt-3c506349.pdf>, Diakses pada tanggal 08 November 2021.

⁷ Anita Roikhatul Janah, *Jual Beli Dengan Sistem Banting Harga Prespektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Toko Baju Appleblossom Purwokerto)*, Skripsi Online, Purwokerto: Iain Purwokerto, 2021, Diakses pada tanggal 08 November 2021.

H. Kerangka Teori

Harga merupakan suatu nilai tukar yang disamakan dengan uang atas manfaat yang diperoleh dari suatu barang dan jasa. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk dan jasa. Biasanya kata harga berupa digit nominal besaran angka terhadap nilai tukar mata uang yang menunjukkan tinggi rendahnya nilai kualitas suatu barang dan jasa.⁸ Mengenai harga para ulama fiqih membedakan nilai tukar menjadi dua, pertama *at-tsaman* adalah harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat secara aktual. Kedua, *al-si'r* adalah modal barang yang seharusnya diterima para pedagang sebelum dijual ke konsumen.

Harga terendah atau harga jual dibawah harga pasar dalam Islam disebut sebagai *siyasah al-igraq (dumping)* adalah aktivitas perdagangan yang bertujuan untuk mencari keuntungan dengan jalan menjual barang dengan tingkat harga yang lebih rendah dari harga yang berlaku di pasaran. *Siyasah al-igraq* dilakukan oleh seseorang dengan maksud agar para saingan dagangannya mengalami kebangkrutan, dengan demikian ia akan leluasa menentukan harga di pasar. *Siyasah al-Igraq* atau banting harga dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat serta dapat mengacaukan stabilitas harga di pasar.⁹

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan di dalam penyusunan Skripsi ini dibagi ke dalam lima bab:

⁸ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi Dilengkapi Dasar Ekonomi Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), h. 62.

⁹ Rahmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004), h. 74.

Bab I Terdiri dari pendahuluan untuk mengantarkan hasil penelitian secara menyeluruh dan sistematis dalam mencari jawaban dari pokok permasalahan. Bab ini terdiri dari sembilan sub bab yaitu latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kerangka teori, dan sistematika pembahasan.

Bab II Berisi gambaran umum Landasan Teori. Pembahasan ini dimaksudkan untuk mengetahui teori-teori yang berkaitan dengan Penentuan harga, hukum Islam, dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang larangan monopoli dan transaksi yang tidak sehat

Bab III Yaitu Metode Penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data serta teknik analisis data.

Bab IV Merupakan merupakan hasil penelitian penentuan harga jual dibawah harga official store ditinjau menurut hukum Islam dan UU No 8 Tahun 1999

Bab V Merupakan penutup yang memuat kesimpulan, saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penentuan Harga

1. Pengertian Harga

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya.¹ Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini berlaku dalam negara miskin, namun faktor non harga telah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa (10 tahun) ini.²

Dalam arti yang paling sempit harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu atau jasa. Dalam berbagai usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu kunci strategi akibat dari berbagai hal seperti deregulasi (aturan atau sistem yang mengatur), persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi dan peluang usaha bagi yang menepati pasar.³

Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan dan juga mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Harga adalah satu-satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan semua elemen

¹ Tim. Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*, (Jakarta: PT. Reality Publisher 2018), h. 450

² Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2020), Cet 2, h. 268.

³ Franky, Hetty & Mey, *Dasar-Dasar Kewirausahaan Teori Dan Praktik, Indeks*, (Jakarta: Graha media, 2016), h 99.

lainnya hanya mewakili harga. Harga adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen jalur distribusi.⁴

Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat yang sama penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran. Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal.⁵

Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli. Bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik penjual, apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penetapan harga yang tidak diinginkan oleh pembeli (dalam hal ini sebagian masyarakat) bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan, reaksi penolakan itu bisa diekspresikan dalam berbagai tindakan yang kadang-kadang mengarah pada tindakan narkis atau kekerasan yang melanggar norma hukum.⁶ Menurut Rachmat Syafei harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad baik lebih sedikit,

⁴ Mas'ud Machfoedz, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: BPF, 2005, h. 112-113

⁵ *Ibid.*, h.100.

⁶ Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga 2015), Jilid. 1 Cet Ke-8 h, 439

lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya harga dijadikan penukaran barang yang diridhai oleh kedua pihak yang melakukan akad.⁷

Konsep harga di dalam Islam yaitu harga yang adil, pada hakikatnya telah ada digunakan sejak awal kehadiran agama Islam Al-Quran sendiri sangat menekan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Oleh karena itu adalah hal wajar jika keahlian juga diwujudkan dalam aktivitas pasar khususnya harga, dengan ini Rasulullah menggolongkan riba sebagai penjualan yang terlalu mahal yang melebihi kepercayaan konsumen.⁸

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad. Banyak yang menganggap bahwa harga sebagai kunci kegiatan dari sistem perdagangan bebas, harga pasar sebuah produk mempengaruhi upah, sewa, bunga, dan laba, artinya harga sebuah produk mempengaruhi biaya faktor-faktor produksi tenaga kerja, tanah, modal dan kewiraswastaan. Jadi harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karna harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Upah kerja yang tinggi memikat tenaga kerja, tingkat bunga yang tinggi menarik modal dan seterusnya.⁹ Dalam peranannya sebagai diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh beberapa banyak barang atau jasa yang diproduksi (permintaan).

⁷ Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2000), h, 87

⁸ Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Penerbit III T Indonesia, 2019), h.

⁹ Sunarto, *Akuntansi Manajemen*, (Yogyakarta, AMUS 2014), h. 179-185.

2. Strategi Penetapan Harga

Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa ada lima strategi penetapan harga yaitu:

1. *Mark Up Pricing*

Harga jual ditentukan berdasarkan presentasi keuntungan yang diharapkan ditambahkan dengan keseluruhan biaya produksi sebagai keuntungan atau laba.

2. *Target Return Pricing*

Perusahaan menentukan tingkat harga yang akan menghasilkan pengembalian dengan target yang sudah ditentukan.

a. *Perceived Value Pricing*

Harga ditentukan berdasarkan penilaian konsumen terhadap produk, bila konsumen menilai produk tinggi maka harga yang ditetapkan atau produk juga tinggi.

b. *Going Rate Pricing*

Harga yang ada mengikuti harga pasar yang ada berdasarkan harga jual yang ditetapkan pesaing.

c. *Sealed Bid Pricing*

Harga ditentukan berdasarkan dugaan perusahaan tentang berapa besar harga yang akan ditetapkan pesaing, bukan biaya dan permintaannya sendiri yang digunakan ketika perusahaan ingin memenangkan produk.¹⁰

¹⁰ Philip and Gery Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Elangga:2012), 345.

3. Faktor -faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Beberapa faktor yang mempengaruhi di dalam pengambilan keputusan harga. Menurut Basu Swatsha, beberapa faktor yang biasanya mempengaruhi keputusan penetapan harga, antara lain :¹¹

- a. Kondisi perekonomian, keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku.
- b. Penawaran dan permintaan, permintaan adalah sejumlah barang yang diminta oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Penawaran yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu.
- c. Elastisitas permintaan, faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar.
- d. Persaingan, Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada.
- e. Biaya, biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Tujuan manager
- f. Tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan adalah : Laba maksimum, volume penjualan tertentu, penguasaan pasar, kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu.
- g. Pengawasan pemerintah, Pengawasan pemerintah dapat diwujudkan dalam bentuk: penentuan harga

¹¹ Swastha Basu, *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta, 2020), h.19.

maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktek -praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha -usaha kearah monopoli.¹²

4. Indikator Harga

Kotler dan Amstrong menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga, adalah: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli. Di bawah ini penjelasan empat ukuran harga, yaitu:

1. Keterjangkauan harga.

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang membeli produk.

2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga, konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

¹² *Ibid.*,

4. Kesesuaian harga dengan manfaat, konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.¹³

B. Konsep *Wakalah* dalam Fikih Muamalah

1. Pengertian *Wakalah*

Wakalah juga disebut dengan makelar, calo, sales dan lain sebagainya oleh masyarakat Indonesia. Dan semua istilah memiliki makna yang sama yaitu sebagai *Wakalah* dalam transaksi jual beli atau jasa.

Wakalah juga disebut sebagai calo, di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa seller adalah orang yang menjadi *wakalah* dan memberikan jasanya untuk menguruskan sesuatu berdasarkan upah.¹⁴

Wakalah dalam bahasa arab disebut pula *simsar*, yaitu seseorang mempromosikan barang/jasa orang lain atas dasar bahwa seseorang itu akan diberi upah oleh yang punya barang sesuai dengan usahanya.¹⁵ Adapun *wakalah* adalah sebutan untuk orang yang bekerja untuk orang lain sebagai penengah dengan kompensasi (upah atau bonus), baik untuk pemberi kerja.¹⁶

¹³ Philip and Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran...*, h.314.

¹⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), h. 79.

¹⁵ *Ibid.*, h. 79.

¹⁶ *Ibid.*, h. 79.

Menurut Hamzah Ya'qub *wakalah* adalah seseorang yang berfungsi menjualkan barang orang lain dengan mengambil upah tanpa menanggung resiko. Dengan kata lain *wakalah* ialah penengah antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual-beli.¹⁷ Jadi *wakalah* adalah *wakil* antara biro jasa dengan pihak yang memerlukan jasa mereka (produsen, pemilik barang), untuk memudahkan terjadinya transaksi jual-beli dengan upah yang telah disepakati sebelum terjadinya akad kerja sama tersebut.

Menurut Sayid Sabiq *wakalah* adalah orang yang menjadi *Wakalah* antara pihak penjual dan pembeli guna melancarkan transaksi jual beli. Dengan adanya *wakalah* maka pihak penjual dan pembeli akan lebih mudah dalam bertransaksi, baik transaksi berbentuk jasa atau berbentuk barang.¹⁸

Wakalah merupakan penghubung yang berfungsi menggaet orang untuk ikut kedalam mobil yang diwakilkan. *Wakalah* yang terpercaya tidak dituntut risiko sehubungan dengan hilangnya sewaan dengan tidak sengaja.¹⁹

Dalam persoalan ini, kedua belah pihak mendapat manfaat. Bagi seorang *wakilah* sendiri ini merupakan lapangan pekerjaan dan uang jasa dari hasil pekerjaannya tersbut. Demikian juga pihak yang memerlukan jasa badan *Wakalah*, mendapat kemudahan, karena ditangani oleh yang mengerti betul dalam bidangnya. Pekerjaan semacam ini, mengandung unsur tolong menolong.

Seorang *wakalah* bertindak sebagai pesuruh dengan hak perwakilan, tetapi *wakalah* tidak boleh mempunyai hubungan kerja yang tetap dengan penyuruhnya,

¹⁷ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam: Pola Pembinaan Hidup Dalam Perekonomian* (Bandung: CV. Diponegoro, 2017), h. 269.

¹⁸ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, jilid 12 (Bandung: PT Al-Ma'rif, 2018), h. 15.

¹⁹ *Ibid.*, h. 79.

misalnya seorang kuasa usaha (*procutariehouder*) dari suatu perseroan terbatas, tidak diperbolehkan menjadi *wakalah* dari perusahaan tersebut.

Wakalah bertindak atas nama mereka yang menyuruh, dengan kata lain ia menyiapkan perjanjian yang diadakan oleh kedua belah pihak. Seorang hanya dapat menjadi *wakalah* untuk satu macam barang saja, misalnya *wakalah* angkutan umum. *wakalah* untuk beberapa barang atau untuk segala macam barang dapat juga, asalkan hal itu dinyatakan dengan tegas dalam akta pengangkatannya.²⁰

Dalam hal jual beli secara percobaan tergantung dari pendapat si pembeli pada saat mencoba barang, apakah jual-beli akan dilanjutkan atau tidak. Selama pembeli belum menentukan pendapatnya, tentang barang itu, jual beli belum dapat dilaksanakan. Akan tetapi perjanjian jual beli sudah terjadi, hanyalah dengan syarat. Alasan menolak barang itu harus terletak pada pendapat tentang baik buruknya barang yang dibeli. Jika barang ternyata baik, jual beli harus dilanjutkan.²¹

Wakalah atau *simsar* dalam perdagangan, di zaman sekarang ini sangat penting artinya dibandingkan dengan masa-masa yang telah lalu, karena terikatnya perhubungan perdagangan antara importer dan produsen, antara pedagang kolektif dan antara pedagang perorangan. Sehingga *Wakalah* dalam hal ini mempunyai peran yang sangat penting sekali.²²

²⁰ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam...*, h.269.

²¹ *Ibid.*

²² Masfuk Zuhdi, *Masail Fiqhiyah* (Jakarta: Haji Masagung, 2017), h. 121.

2. Praktek *Wakalah* Dalam Proses Kerja Sama

Melihat faktor dari dasar pemakaian atau penggunaan tenaga *wakalah* maka selanjutnya adalah praktek dari seorang *wakalah*, secara umum dari praktek *wakalah* sebagai berikut : Mekenismenya : *wakalah* mencari calon penumpang dengan maksud meminta untuk menaiki kendaraan yang ditunjuk, didalam pembicaraan itu yang diutarakan adalah tentang mengajak penumpang, setelah itu penumpang mengikuti *wakalah*. Berikutnya setelah penumpang naik angkutan, setelah itu *Wakalah* mendatangi pihak angkutan untuk melangsungkan transaksi. Didalam transaksi itu *Wakalah* memperoleh upah per 1 orang penumpang dengan tarif yang diberikan setelah proses tawar menawar, didalam tawar-menawar seorang *wakalah* harus kompeten apabila tidak ingin dirugikan. Selanjutnya uang yang diterima oleh *wakalah* akan di bagi lagi dengan agen.²³

Menjadi sebuah fenomena baru manakala pengertian *Wakalah* tersebut digunakan dalam sebuah proses menghubungkan antara pihak yang membutuhkan 'jasa tertentu' kepada pihak yang memiliki kewenang dalam memberikan 'jasa tertentu' tersebut. Ketika peristiwa tersebut dilakukan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak dan kesepakatan tersebut tidak menabrak dan melanggar peraturan (maupun perundang-undangan) yang berlaku, tentunya tidak akan terjadi masalah yang besar. Akan tetapi, jika perbuatan itu diiringi dengan peristiwa melanggar peraturan dan perundang-undangan maka fenomena itu akan menjadi seperti yang ada di dunia penegakkan hukum kita saat ini.²⁴

²³ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam...*, h.270.

²⁴ Ibid,

1. Prosedur *Wakalah*

Dalam aturan konvensional Proses praktik *Wakalah* tentunya di atur prosedur-prosedur yang telah ditentukan dalam suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Selanjutnya dalam hal ini tentunya di jelaskan terkait kewajiban-kewajiban makelar dalam menjalankan kegiatannya dalam hal ini tentunya yang dimaksud dalam ayat-ayat pada Pasal berikut sebagai makelar adalah perusahaan, dijelaskan dalam pasal 14 di sebutkan bahwa:

- 1) Setiap perusahaan wajib memiliki SIU-P4.
 - 2) Kewajiban untuk memiliki SIU-P4 sebagaimana di maksud pada ayat 1) dikecualikan bagi kantor cabang perusahaan.
 - 3) SIU-P4 Sebagaimana yang di maksud pada ayat 1) hanya berlaku untuk melakukan kegiatan usaha *Wakalah* perdagangan property sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2.
 - 4) SIU-P4 Berlaku selama perusahaan menjalankan kegiatan usahanya di seluruh wilayah Negara republik Indonesia.
 - 5) Perusahaan sebagaimana yang dimaksud pada ayat 1) wajib melakukan pendaftaran ulang setiap 5 (tahun) di tempat penerbitan SIU-P4.
- Peraturan-peraturan makelar tentunya juga di atur hukum konvensional yang berhubungan dengan hak-hak sebagai makelar yakni terdapat pada pasal 10 disebutkan bahwa:
- 1) Perusahaan berhak menerima imbal jasa dari pemberi tugas atas jasa yang diberikan

- 2) Dalam hal jasa jual-beli dan sewa-menyewa jasa sebagaimana dimaksud pada pasal 3 dan pasal 4, perusahaan berhak menerima imbal jasa berupa komisi dari pemberi tugas paling sedikit 2% (dua persen) dari nilai transaksi.

3. Kedudukan *Wakalah*

Wakalah merupakan penghubung bagi manusia untuk melakukan sebuah transaksi, serta untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. *Wakalah* juga sangat menolong bagi sesama umat manusia. Hal ini Allah telah menjelaskan dalam firman-Nya, dalam surat An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi :

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

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu sendiri. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Dalam hadis yang diriwayatkan oleh Qais bin Abi Ghurzah al-Kinani, yang menyatakan :

عن عبدالله بن طائوس عن أبيه عن ابن عباس رضي الله عنهما قال رسول الله صلى الله عليه وسلم؛ لا تلقوا الركبن ولا يبيع حاضر لبد (رواه البخاري : ٧٢)

Artinya : *Artinya: Dari Abdullah, dari Thawus, dari bapaknya, dari Ibnu Abbas RA, dia berkata, “Rasulullah SAW bersabda, “janganlah kalian*

menyongsong rombongan yang berkendaraan (pedangang dari dusun yang menuju ke pasar) dan janganlah orang kota melakukan jual beli untuk orang dusun.”(HR. Bukhari).²⁵

Pekerjaan *wakalah* menurut pandangan Islam adalah termasuk akad *ijarah*, yaitu suatu perjanjian memanfaatkan suatu barang atau jasa, misalnya rumah atau suatu pekerjaan seperti pelayan, jasa pengacara, konsultan, dan sebagainya dengan imbalan hal ini berdasarkan ayat tersebut diatas, dapat kita ketahui bahwa:

1. Obyek akad bisa diketahui manfaatnya secara nyata dan dapat diserahkan
2. Obyek akad bukan hal-hal maksiat atau haram.

Wakalah harus bersikap jujur, ikhlas, terbuka, tidak melakukan penipuan dan bisnis yang haram maupun yang syubhat. Imbalan berhak diterima oleh seorang *Wakalah* setelah penjual dan pembeli memenuh akad jual beli, sedang pihak yang menggunakan jasa *wakalah* harus memberikan imbalannya, karena upah atau imbalan pekerja dapat meningkatkan kesejahteraan pekerja yang bersangkutan.

Menurut Hamzah Ya'qub bahwa antara pemilik barang dan *wakalah* dapat mengatur suatu syarat tertentu mengenai jumlah keuntungan yang di peroleh pihak badan *wakalah*. Boleh dalam bentuk prosentase dari penjualan, dan juga boleh mengambil dari kelebihan harga yang di tentukan oleh pemilik barang.²⁶

Adapun sebab-sebab *wakalah* yang tidak diperbolehkan di dalam Islam yaitu:

²⁵ Ibnu Hajar Al-Asqalani, Al Imam Al Hafizh, *Fathul Baari syarah : Shahih Bukhari/Al Imam Al Hafizh Ibnu Hajar*, (Jakarta : Pustaka Azzam, Cet. 1,2005), h.266.

²⁶ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik....*, h. 270.

- a) Jika *wakalah* tersebut memberikan mudharat dan mengandung kezhaliman terhadap pembeli.
- b) Jika *wakalah* tersebut memberikan mudharat dan mengandung kezhaliman terhadap penjual.

Sejalan dengan pandangan fuqaha tersebut apabila kita kembali kepada aturan pokok, maka pekerjaan *wakalah* itu tidak terlarang (mubah) karena tidak ada nash yang melarang.

Secara praktis, *wakalah* terealisasi dalam bentuk transaksi dengan kompensasi *upah 'aqdu ijarah* atau dengan komisi *aqdu ji'alah*. Maka syarat-syarat dalam *wakalah* mengacu pada syarat-syarat umum *'aqad* atau transaksi menurut aturan fikih Islam. Syarat-syarat umum transaksi dapat diterapkan pada *al-aqidani* (penjual dan pembeli) dan *al-shigat*. Sedangkan seorang *wakalah* hanya dibebankan syarat *al-tamyiz* tanpa *al-aqlu wal bulugh* seperti yang disyaratkan pada *al-aqidani*, sebab seorang *Wakalah* hanya sebagai penengah dan tidak bertanggung jawab atas transaksi.

Adapun syarat-syarat mengenai *mahall al-ta'aqud* (objek transaksi dan kompensasi), para ulama mensyaratkan objek transaksi yang legal (*masyru*) dan kompensasi yang telah ditentukan (*ma'lum*).¹¹ Dari penjelasan di atas bisa disimpulkan bahwa syarat *samsarah* (pemekelaran) adalah syarat-syarat umum transaksi dapat diterapkan pada *al-aqidani* (penjual dan pembeli) dan *shigat*. Sedangkan seorang *Wakalah* hanya dibebankan syarat *tamyiz* tanpa *al-aqlu wal bulugh* seperti yang disyaratkan pada *al-aqidani*, sebab seorang *Wakalah* hanya sebagai penengah dan tidak bertanggung jawab atas transaksi.

Ibnu Qudamah menyatakan dalam bukunya bahwa tidak ada perbedaan pendapat di kalangan para ulama dalam masalah kebolehan untuk mewakilkan dalam hal jual beli. Menurut beliau ada kebutuhan untuk memberikan perwakilan dalam jual beli, karena terkadang perwakilan itu diberikan orang yang tidak ahli dalam berniaga. Atau terkadang dia memiliki harta tetapi tidak mahir dalam berdagang, atau dia mahir dalam berdagang tetapi tidak memiliki waktu untuk berdagang. Atau dia tidak pantas untuk berdagang dikarenakan dia seorang wanita atau dapat tercemar nama baiknya jika berdagang. Oleh karena itu perwakilan dalam jual beli dibolehkan oleh syariat karena tuntutan kebutuhan dan untuk menghasilkan maslahat bagi manusia yang diciptakan untuk beribadah kepada Allah Swt.²⁷

Para Imam mazhab berbeda pendapat mengenai wakil yang membeli barang untuk dirinya pribadi, yang mana ia diperintahkan untuk menjual barang tersebut oleh pemberi perwakilan. Imam Hanafi dan Syafii berpendapat bahwa penjualan seperti itu tidak sah. Imam Malik berpendapat bahwa tidak sah wakil membeli dari dirinya untuk dirinya sendiri dengan menambah harga. Dalam hal ini Imam Hambali juga menyatakan ketidakbolehan bagaimanapun keadaannya.²⁸

Wakalah yang di mana muwakil memberikan kuasa kepada wakil untuk membeli, pembelian yang dilakukan oleh wakil terikat dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh muwakil. Wakil wajib menaati ketentuan tersebut, baik yang

²⁷ Ibnu Qudamah, *AL-Mugni* Jilid 6, cet.1 (terj.), (Jakarta Selatan: Pustaka Azzam, 2009) h. 577.

²⁸ Al Allamah Muhammad bin Abdurrahman ad-Dimasqi, *Fiqh Empat Mazhab* (terj.), (Bandung: Hasyimi Press, 2004), h. 270

berkenaan dengan harga pembelian maupun jenis barangnya. Apabila si wakil menyelisih dan membeli barang yang berbeda dengan apa yang diminta atau berbeda dari ketetapan yang ditentukan, atau membeli barang yang lebih mahal dari apa yang telah ditetapkan atau dari harga umum, maka pembelian tersebut dianggap untuknya (wakil), bukan untuk orang yang memberikan kuasa atau muwakil. Namun, ia diperbolehkan menyalahi ketetapan apabila dengan tujuan mendapatkan hal yang lebih baik.²⁹

4. Bentuk – Bentuk Kerja Sama dalam Akad *Wakalah*

Pada zaman modern ini, pengertian *Wakalah* sudah lebih luas, termasuk jasa pengacara, jasa konsultan, dan *Wakalah* tidak hanya mempertemukan orang yang menjual dengan orang yang membeli saja, dan tidak hanya menemukan barang yang dicari dan menjualkan barang saja. Bentuk kerja sama dalam akad *samsarah* itu ada dua, yaitu bentuk kerja sama yang menjual barang dan bentuk kerja sama yang menjual jasa, atau sama dengan *ijarah*.³⁰

Bentuk kerja sama yang menjual barang atau benda disebut *ijarat al-ain* atau sewa menyewa, seperti menyewa rumah untuk ditempati oleh pihak yang menyewa. Sedangkan bentuk kerja sama yang menjual jasa orang disebut *ijarat al-zimmah* atau upah-mengupah, seperti upah menjahit pakaian atau upah pengacara atau upah para pekerja di perusahaan-perusahaan swasta.

Dengan demikian tidak akan terjadi kemungkinan adanya penipuan dan memakan harta orang lain (imbalan) dengan jalan haram. Apabila barang yang nilainya tinggi, sebaiknya sudah ditetapkan uang imbalanya dan ketentuan-

²⁹ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* jilid 4 (terj. Nor Hasanuddin), (Jakarta: PT. Pena Pundi Aksara, 2006), h.241

³⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, h.80.

ketentuan lainnya. Jika kesepakatan itu sudah ditandatangani, maka semua pihak harus menepati, tidak boleh mengingkari janji.

5. Wakalah dalam Jual Beli dan Berakhirnya Akad Wakalah

Perwakilan penjualan suatu barang tanpa menentukan harga dan cara pembayarannya, maka wakil harus menjualnya dengan harga pasaran yang berlaku dan dengan cara pembayaran tunai. Apabila wakil itu tidak menjual barang tidak dengan harga pasar atau dengan cara pembayaran angsur, maka jual beli seperti ini tidak dibolehkan kecuali dengan kerelaan muwakkil, karena penjualan itu bertentangan dengan kemashlahatan orang yang mewakilkan dan muwakkil adalah orang yang berhak menentukan bagaimana barangnya harus dijual. Oleh karenanya, seorang wakil terikat pada kebiasaan jual beli yang dilakukan para pedagang dan harus berusaha mendatangkan mashlahat bagi orang yang mewakilkannya. Namun, Imam Hanafi berpendapat bahwa wakil boleh menjual sekehendaknya, baik tunai maupun angsur, harga umum atau tidak, mata uang setempat atau mata uang asing. Dan ini merupakan wakalah yang bersifat mutlak.³¹

Para Imam Mazhab berbeda pendapat tentang wakil yang membeli barang untuk dirinya sendiri, yang mana ia diperintahkan untuk menjual barang tersebut oleh pemberi perwakilan. Imam Hanafi dan Syafi'i berpendapat bahwa penjualan itu tidak sah. Imam Maliki berpendapat bahwa tidak sah wakil membeli dari

³¹ Al-'Allamah Muhammad bin Abdurrahman ad-Dimasyqi, *Fiqh Empat Mazhab* (terj), (Bandung: Hasyimi Press, 2004), h. 270.

dirinya untuk dirinya sendiri dengan menambah harga. Dalam hal ini Imam Hambali juga menyatakan tidak boleh bagaimanapun keadaannya.³²

Dari pendapat para Imam Mazhab di atas, maka penulis sendiri dapat menyimpulkan bahwa tidak dibenarkan/dibolehkan bagi wakil untuk membeli/menjual barang yang telah diamanah kan oleh *muwakkil* untuk dijual tersebut untuk dirinya sendiri (*wakil*) meskipun dengan memberi keuntungan kepada *muwakkil* dengan menambahkan harga. Sedangkan *wakalah* dimana *muwakkil* memberi kuasa untuk membeli, pembelian yang dilakukan oleh *wakil* terikat dengan syarat-syarat yang telah ditentukan oleh *muwakkil*. Si *wakil* wajib menaati ketentuan tersebut, baik yang berkenaan dengan harga pembelian maupun jenis barangnya. Apabila si *wakil* menyalahi dan membeli barang yang berbeda dengan apa yang diminta oleh *muwakkil*, atau ia membeli dengan harga yang lebih mahal dari apa yang telah ditetapkan atau dari harga umum, maka pembelian tersebut dianggap untuknya (*wakil*), bukan untuk orang yang mewakilkan (*muwakkil*). Namun, ia diperbolehkan menyalahi perintah dengan tujuan mendapatkan hal yang lebih baik.³³ Akad *wakalah* dianggap berakhir jika terjadi hal-hal berikut:

1. Salah satu pihak yang melakukan akad meninggal dunia atau menjadi gila.

Salah satu syarat orang yang melakukan akad *wakalah* adalah hidup dan berakal. Apabila salah satu pihak meninggal atau gila, maka *wakalah* itu menjadi tidak memenuhi syarat.

³² Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* Jilid 4 (tej. Nor Hasanuddin), (Jakarta: PT. Pena Pundi Aksara, 2006), h. 241.

³³ *Ibid.*

2. Berakhirnya pekerjaan tersebut. Jika pekerjaan yang diwakilkan tidak memiliki batas akhir, maka wakalah tersebut tidak bermakna apa-apa.
3. Pemutusan akad wakalah oleh muwakkil sekalipun tanpa pemberitahuan terhadap wakil. Ulama mazhab Hanafi berpendapat bahwa wakil wajib mengetahui pemutusan tersebut. Sebelum ia mengetahui hal itu, maka status tindakan muwakkil sama seperti sebelum akadnya diputuskan secara hukum.
4. Wakil mengundurkan diri. Mayoritas ulama berpendapat, pengunduran diri itu tidak perlu diketahui oleh muwakkil. Tetapi ulama mazhab Hanafi mensyaratkannya untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.
5. Apabila perkara atau barang yang diwakilkan bukan lagi milik atau dalam kuasa orang yang mewakilkan.³⁴

C. Implikasi Undang-Undang No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

1. Pengertian dan Dilarangnya Kegiatan dalam Hukum Persaingan Usaha

Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) menerbitkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang efektif diharapkan dapat memupuk budaya berbisnis yang jujur dan sehat

³⁴ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah jilid 4* (terj. Nor Hasanuddin), (Jakarta: PT. Pena Pundi Aksara, 2006), h.241

sehingga dapat terus menerus mendorong dan meningkatkan daya saing diantara pelaku usaha.³⁵

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memiliki asas Demokrasi Ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara pelaku usaha dan kepentingan umum sebagaimana termaktum pada Pasal 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang menyatakan bahwa pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antar kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Jadi, pasal ini mensyaratkan asas demokrasi ekonomi yang juga menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya di Indonesia.³⁶ Menurut Asri Sitompul, asas Demokrasi Ekonomi merupakan situasi perekonomian dimasa depan yang implementasinya akan tercermin pada perekonomian dengan sistem pasar terbuka (*Open Market*) yaitu meniadakan segala rintangan buatan baik dari penguasa maupun dari pelaku usaha dominan.³⁷ Salah satu ciri yang relevan dari perekonomian yang menganut sistem pasar bebas adalah adanya kebebasan penuh untuk masuk dan keluar dari pasar yang bersangkutan.

2. Tujuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

³⁵ Lampiran Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 2 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 22 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Persekongkolan dalam Tender

³⁶ Lampiran Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 2 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 22 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Persekongkolan dalam Tender

³⁷ Asri Sitompul, *Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Tinjauan terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999)*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2019), h. 13.

Adapun tujuan dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu untuk menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional dengan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, mewujudkan iklim usaha yang kondusif, mencegah praktek monopoli, dan mengupayakan agar terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.³⁸ Dengan demikian, agar implementasi dan peraturan pelaksanaannya dapat berjalan efektif sesuai asas dan tujuannya, serta untuk mengawasi pelaksanaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ini dibentuklah Komisi Pengawas Persaingan Usaha³⁹ yaitu lembaga independen yang terlepas dari pengaruh pemerintah dan pihak lain,⁴⁰ serta berwenang melakukan pengawasan persaingan usaha,⁴¹ dan bertanggung jawab kepada Presiden.⁴²

Secara umum, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat bertujuan untuk menjadikan persaingan antar pelaku usaha menjadi sehat agar tercipta iklim persaingan antar pelaku usaha tetap terjaga dan menghindari terjadinya eksploitasi terhadap konsumen oleh pelaku usaha tertentu dan mendukung sistem ekonomi pasar yang dianut oleh suatu negara. Menciptakan iklim usaha yang sehat, kondusif, dan

³⁸ Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang *Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*.

³⁹ Pasal 30 ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang *Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*.

⁴⁰ Penjelasan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang *Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Bagian Umum, Paragraf 8*.

⁴¹ Pasal 30 ayat (3) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang *Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*.

⁴² Ibid

kompetitif di Indonesia tidaklah mudah. Mungkin diantara hambatan yang akan dihadapi adalah dengan mengubah paradigma dan perilaku pembuat kebijakan (pemerintah sebagai regulator/pengawas), pelaku usaha (pelaku ekonomi atau produsen), dan masyarakat (konsumen) mengenai style dalam menjalankan kegiatan usahanya.⁴³ Dengan kata lain, dalam rangka penegakan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang berorientasi pada terciptanya iklim usaha yang sehat, kondusif, dan kompetitif itu, maka komitmen dan tekad yang kuat dan konsisten merupakan salah satu persyaratan mutlak yang harus ada di antara semua pihak baik pembuat kebijakan maupun para penegak hukum di Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Pengadilan Negeri, dan Mahkamah Agung, bahkan para pengacara, pelaku usaha, dan masyarakat harus juga ikut berperan aktif dalam mewujudkannya. Tidaklah mungkin apabila penegakan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat itu hanya dibebankan kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha, tanpa didukung oleh pemerintah sebagai pembuat kebijakan, para penegak hukum, pelaku usaha, dan masyarakat.⁴⁴

3. Pembagian Larangan Praktek Monopoli di dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 membagi dalam 2 (dua) pengaturan

⁴³ Ibid.,

⁴⁴ Ibid.,

substansi yaitu Perjanjian yang Dilarang dan Kegiatan yang Dilarang.⁴⁵ Kegiatan yang Dilarang adalah tindakan atau perbuatan hukum “sepihak” yang dilakukan oleh satu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha tanpa adanya keterkaitan hubungan (hukum) secara langsung dengan pelaku usaha lainnya.⁴⁶ Pada dasarnya “kegiatan” adalah suatu aktivitas, usaha, atau pekerjaan yang dilakukan oleh satu atau lebih pelaku usaha yang berkaitan dengan proses dalam menjalankan kegiatan usahanya.⁴⁷ Kegiatan-kegiatan tertentu yang dilarang dan berdampak tidak baik untuk persaingan pasar terdiri dari monopoli, monopsoni, penguasaan pasar (predatory pricing, price war and price competition, penetapan biaya produksi dengan curang), dan persekongkolan (*conspiracy*).⁴⁸

⁴⁵ Penjelasan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Bagian Umum, Paragraf 9.

⁴⁶ Insan Budi Maulana, Catatan Singkat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), h 17.

⁴⁷ Ibid.,

⁴⁸ Ibid.,

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*), Dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data-data penulis melakukan observasi atau mengamati obyek penelitian di Kota Langsa. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan, kemudian disusun dan tidak dituangkan dalam bentuk dan angka-angka. Dengan sifat *deskriptif analitis* yaitu analisis data dengan memperkaya informasi, mencari hubungan, membandingkan, menemukan pola atas dasar data aslinya (tidak ditransformasi dalam bentuk angka).⁴⁹

Pendekatan yang digunakan adalah yuridis normatif dilakukan dengan cara menelaah dan menginterpretasikan hal-hal yang bersifat teoritis yang menyangkut asas, konsepsi, doktrin dan norma hukum yang berkaitan dengan penentuan harga produk.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, Dimsum Kithen yang dijadikan sebagai tempat/ lokasi penelitian secara yang berada di kota Langsa yang memiliki jarak dari pusat pemerintahan kota \pm 2 Km. Adapun lokasi penelitian pada penulisan skripsi ini peneliti khususkan di Dimsum Kitchem yang berada pada gampong Sidorjo, hal

⁴⁹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian. Kualitatif*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2017), h. 6.

ini dikarenakan penelitian peneliti berkaitan dengan penentuan harga dengan waktu penelitian dimulai dari bulan Januari sampai dengan selesai.

C. Subjek Penelitian

Moleong mendeskripsikan Subjek Penelitian sebagai informan, yang artinya orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi tempat penelitian.⁵⁰ Adapun Informan yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah pemilik dimsum kitchen yang memiliki pengetahuan mendalam mengenai penentuan harga jual produk dan seller sebanyak 3 orang yang bekerjasama dengan *Dimsum Kitchen*.

D. Sumber Data

Sumber data sangat diperlukan untuk mengadakan penelitian. Data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua, antar lain :

a. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dari hukum Islam juga kitab undang-undang UU No5 tahun 1999 sedangkan data primer dari lapangan yaitu wawancara atau melakukan tanya jawab langsung dengan Pemilik dimsum Kitchen dan 3 orang yang bekerjasama dengan Dimsum Kitchen.

⁵⁰ Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja, 2012), h.132.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).⁵¹ Adapun data sekunder diambil dari buku-buku, dokumentasi, arsip dan karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian. Adapun buku-buku yang terkait dengan penelitian penulis di antaranya: buku etika bisnis Islam, hukum ekonomi syariah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif analitis, dengan cara memberikan gambaran terhadap segala bentuk permasalahan yang terjadi di suatu tempat atau daerah dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah sebuah cara untuk menghimpun bahan-bahan keterangan (data) yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang sedang dijadikan sasaran.⁵² Disini peneliti melakukan pengamatan langsung pada *Dinsum Kitchen* yang berada di Kota Langsa. Selain itu peneliti juga

⁵¹ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: BPFE-UII, 2017), hal. 55

⁵² Sudjiono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Remaja Grafindo Persada, 2016), h.

melakukan pengamatan terhadap penentuan harga produk yang dilakukan pada lokasi penelitian yaitu di Kota Langsa.

b. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara.⁵³ Peneliti melakukan wawancara langsung dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden atau dengan pihak-pihak yang dianggap perlu untuk memberikan informasi tentang objek penelitian yaitu pemilik Dinsum kitchen dan 3 orang yang bekerjasama. Adapun pemilik dinsum kitchen yaitu ibu Intan, dan 3 orang yang bekerjasama yaitu Saudari Lia, Amel dan Rika. Adapun pertanyaan yang akan ditanyakan yaitu mengenai usaha dinsum, sistem wakalah yang dipraktekkan, penetapan harga, dan dispensasi bagi pelanggar perjanjian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumentasi peraturan-peraturan, notulen rapat dan juga catatan harian.⁵⁴ Penelitian ini ditempuh beberapa langkah mulai dari pengumpulan data mengenai strategi manajemen syariah yang diperoleh dari hasil kombinasi, pengumpulan data, pengamatan langsung dalam penelitian langsung ke lokasi sehingga peneliti dapat menyimpulkan hasil dari penelitian.

⁵³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Bima Aksara, 2016), h. 145.

⁵⁴ *Ibid.*,

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah serangkaian kegiatan mengolah seperangkat hasil, baik dalam bentuk pertemuan-pertemuan baru maupun dalam bentuk pembuktian kebenaran *hipotesa*.⁵⁵ Jadi setelah data dikumpulkan dari lapangan maka tahap berikutnya masuk pada proses pengolahan data.

Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan data *display*, memaparkan secara sistematis dan akurat hasil dari observasi dan wawancara dan dokumentasi, sehingga dapat di terima kebenarannya. Untuk kemudian penulis menganalisis dan mengkajinya secara kritis, untuk kemudian dideskripsikan.

H. Keabsahan Data

Adapun untuk pengecekan keabsahan data dan kebenarannya suatu data, maka makna-makna yang muncul dari data-data tersebut harus di uji kebenarannya dan kecocokannya yang merupakan *validitasnya*.

Kebenaran dan kegunaanya data akan menjadi tidak jelas bila tanpa perjanjian terhadap kebenaran, kecocokan, dan kekokohan data tersebut. Oleh sebab itu menjadi sangat penting untuk melakukan pengecekan keabsahan terhadap data yang telah berhasil di kumpulkan.

Untuk menjamin keabsahan data yang diperoleh, maka penelitian mengikuti beberapa kriteria pengecekan keabsahan data sebagaimana yang dipaparkan oleh Lexy J. Moleong yaitu derajat kepercayaan (*Credibilitas*) keteralihan, (*Transferabilitas*) ketergantungan, (*Depanabilitas*), dan kepastian,

⁵⁵ Suhasimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Cet IX*, (Jakarta: Rineka cipta, 2016), h. 48.

(*Confirmabilitas*). Adapun yang penulis gunakan untuk pengecekan keabsahan data yaitu:

Dengan mengkonfirmasi kriteria peneliti, maka peneliti menggunakan kriterian kepastian (*confirmabilitas*) untuk mengetahui apakah peneliti tersebut bermutu atau tidak, cara menetapkan agar proses penelitian dapat dipertahankan adalah dengan melihat kriteria objek yang akan diteliti. Yang dilakukan penelitian, dan autor independen (objek penelitian) yang terlibat langsung dalam proses penelitian ini adalah dosen pembimbing dan mahasiswa yang sedang melaksanakan bimbingan. Penelitian mempersiapkan bahan-bahan yang dibutuhkan, seperti catatan lapangan dan daftar wawancara, hasil dokumentasi, analisis data, dan catatan tentang proses penyelenggaraan (strategi, metode, dan usaha keabsahan). Untuk menilai kualitas hasil penelitian ini dilakukan oleh dosen pembimbing.

DAFTAR PUSTAKA

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif dengan metode *deskriptif*. Metode *deskriptif* adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu system pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang.¹

Adapun jenis penelitian ini adalah *deskriptif kualitatif*, yaitu jenis penelitian dengan memahami fenomena-fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, baik perilaku, persepsi, motivasi dan tindakan secara menyeluruh (*holistik*).² Dalam penelitian ini digunakan penelitian lapangan (*Field Research*), untuk memperoleh data-data penulis melakukan observasi atau mengamati obyek penelitian di Toko yang berada di Langsa Town Square.

Tujuan dari penelitian *deskriptif* ini adalah untuk mengetahui bagaimana bagaimana Penetapan Upah Penjaga Toko Ditinjau Menurut *Maslahah-Mursalah* dan Peraturan Gubernur No.72 Tahun 2016 Tentang Penetapan Upah Minimum Provinsi Aceh.”

B. Lokasi Penelitian dan waktu penelitian

Langsa Town Square di wilayah Kecamatan Langsa Kota, secara geografis berada dipusat perkotaan Langsa, adapun waktu penelitian dimulai pada bulan april 2017 sampai Desember tahun 2017.

¹ Moh. Nazir, ph, d, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 1983), h. 54.

² Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2007) h. 6.

C. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan sekunder.³

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara. Adapun yang menjadi informan yaitu beberapa pegawai dan pemilik toko yang berada di Latos Langsa.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari pengumpulan data yang menunjang data primer. Data sekunder dalam penelitian ini adalah masalah mursalah dan Pergub No. 72 Tahun 2016, jurnal, buku-buku dan photo.

D. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara.⁴ Peneliti melakukan wawancara langsung dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden atau dengan pihak-pihak yang dianggap perlu untuk memberikan informasi tentang objek penelitian. Wawancara dilakukan secara mendalam dan tidak terstruktur kepada subjek penelitian dengan pedoman yang telah di buat. Teknik wawancara digunakan untuk mengungkapkan data tentang penetapan upah pekerja di

³ Sugioyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2009), h. 137.

⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Manajemen Penelitian*, (Jakarta : Bima Aksara, 1985), h. 145.

Langsa Town Square (Latos). Dalam wawancara ini yang akan menjadi responden adalah salah satu pekerja dan pemilik toko yang berjumlah yaitu 5 (lima) orang.

b. Dokumentasi

Analisis dokumentasi adalah menyelidiki benda-benda tertulis seperti jurnal, buku-buku, dokumentasi peraturan-peraturan, notulen rapat dan juga catatan harian.⁵Metode pengumpulan data ini dengan mengumpulkan data dan menyimpan data temuan yang diterima dilapangan untuk mendukung penelitian ini. Dala penelitian ini penulis mengumpulkan data dari buku-buku, jurnal, dan photo.

E. Teknik Analisis Data

Tehnik analisis data adalah serangkaian kegiatan mengolah seperangkap hasil, baik dalam bentuk pertemuan-pertemuan baru maupun dalam bentuk pembuktian kebenaran *hipotesa*.⁶

Jadi setelah data dikumpulkan dari lapangan maka tahap berikutnya masuk pada proses pengolahan data. Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan data *display*, memaparkan secara sistematis dan akurat hasil dari wawancara dan dokumentasi, sehingga dapat di terima kebenarannya.

Untuk kemudian penulis menganalisis dan mengkajinya secara kritis, untuk kemudian *dideskripsi*

⁵ *Ibid.*,

⁶ Suhasimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Cet IX.* (Jakarta: Rineka cipta, 1993), h. 48.

Tahap-Tahap Penelitian

Pelaksanaan penelitian melalui empat tahap:

a) Tahap Sebelum Kelapangan

Meliputi kegiatan fokus penyesuaian paradigma dengan teori dan disiplin. Penjajakan latar penelitian mencakup observasi lapangan dan permohonan izin kepada subyek yang di teliti, konsultasi pusat penelitian, penyusunan usulan penelitian, seminar kelas dan pelaksanaan penelitian.

b) Tahap Pekerjaan Lapangan

Uraian tentang tahap pekerjaan lapangan yang meliputi kegiatan pengumpulan bahan-bahan yang berkaitan dengan hal-hal yang telah dirumuskan dan sesuai dengan metode yang telah ditetapkan yaitu memahami latar penelitian, memasuki lapangan dan berperan serta sambil mengumpulkan data.

c) Tahap Analisis Data

Meliputi kegiatan mengolah dan mengorganisir data baik yang diperoleh melalui observasi, wawancara maupun dokumentasi dengan pihak yang bersangkutan, setelah itu dilakukan penafsiran data sesuai dengan konteks permasalahan yang di teliti. Selanjutnya di lakukan pengecekan keabsahan data dengan cara mengecek sumber data dan metode yang di gunakan untuk memperoleh data sehingga data benar-benar kredibel sebagai dasar dan bahan untuk pemberian makna data yang merupakan proses penentuan dalam memahami konteks penelitian yang sedang diteliti.

d) Tahap Penulisan Laporan

Meliputi kegiatan penyusunan hasil penelitian dari semua rangkaian kegiatan pengumpulan data sampai pemberian makna data. Setelah itu melakukan konsultasi hasil penelitian dengan para dosen pembimbing untuk mendapatkan bimbingan dan kritikan, perbaikan dan saran kemudian di tindak lanjuti dengan perbaikan sesuai dengan pengarahan dari dosen pembimbing dan menyempurnakan hasil penelitian skripsi. Kemudian setelah skripsi di setujui oleh para dosen pembimbing langkah terakhir dalam penelitian ini adalah mengurus kelengkapan persyaratan untuk mengajukan ujian skripsi.

Rancangan penelitian dilakukan berdasarkan hal tersebut diatas, maka penelitian ini menggunakan rancangan studi kasus observasional, yakni penelitian yang diarahkan untuk mengungkapkan bagian-bagian dari suatu organisasi seperti peristiwa, kejadian atau kegiatan tertentu, subyek tertentu dalam suatu organisasi. Dengan kata lain peneliti akan memusatkan perhatiannya pada kasus yang telah ditetapkan dan sesuai dengan rumusan masalah penelitian ini.

Selanjutnya, kehadiran peneliti sangat penting diperhatikan karena berkaitan dengan peneliti sendiri di lapangan. Moleong menyatakan "bahwa kehadiran dan keterlibatan peneliti di lapangan sangat diutamakan dalam penelitian kualitatif".⁷ sebab, peneliti adalah instrumen kunci atau alat penelitian yang utama.

SCHEDULE

⁷ Lexy, J. Moleong. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 1999. Hal 121

Tanggal	Kegiatan
11 Mei 2012	Melihat situasi dan kondisi Kampung Gelanggang Merak
13 Mei 2012	Mengobservasi kegiatan yang dilakukan oleh da'i Gelanggang Merak
19 Mei 2012	Membuat rencana wawancara dengan narasumber
21 Mei 2012	Wawancara dengan Datok Penghulu Gelanggang Merak
30 Mei s/d 7 2012	Wawancara dengan da'i yang berada di Kampung Gelanggang Merak

D. Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi adalah peneliti terlibat langsung dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, penelitian ikut serta melakukan apa yang dilakukan oleh sumber data dan ikut merasakannya. Dengan observasi partisipan ini, maka data diperoleh akan lebih lengkap, tajam dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap pelaku yang nampak.⁸

Observasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah observasi partisipan, karena penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu tehnik pengumpulan data penelitian melalui

⁸ Sugiono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta. 2008. Hal 64

pelaksanaan yang bertujuan untuk memperoleh keterangan tentang orang, kejadian, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, pengakuan, dan kerisauan.

Wawancara merupakan suatu bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari orang lain dengan mengajukan sejumlah pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu ingin dicapai. Secara garis besar, wawancara dibagi menjadi dua, yaitu wawancara tidak terstruktur dan wawancara terstruktur.

Wawancara tidak terstruktur sering disebut juga sebagai wawancara mendalam, wawancara kualitatif, wawancara terbuka, atau wawancara bebas. Sedangkan wawancara terstruktur disebut juga wawancara baku yang susunan pertanyaannya sudah ditetapkan sebelumnya dengan pilihan jawaban yang sudah disediakan.

Adapun dalam penelitian ini penulis memilih wawancara tidak terstruktur atau wawancara mendalam, karena wawancara model ini bertujuan untuk memperoleh data atau informasi yang bervariasi dari informan.

E. Tehnik Analisis Data

Tehnik analisis data adalah serangkaian kegiatan mengolah seperangkap hasil, baik dalam bentuk pertemuan-pertemuan baru maupun dalam bentuk pembuktian kebenaran hipotesa.⁹ Jadi setelah data dikumpulkan dari lapangan maka tahap berikutnya masuk pada proses pengolahan data. Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan data display, memaparkan secara sistematis dan

⁹ Suhasimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Cet IX.* (Jakarta: Rineka cipta, 1993). Hal 48.

akurat hasil dari observasi dan interviu sehingga dapat di terima kebenarannya. Untuk kemudian penulis menganalisis dan mengkajinya secara kritis, untuk kemudian dideskripsikan.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.

1. Letak Geografis

Kampung Gelanggang Merak merupakan salah satu Kampung yang berada di wilayah Tualang Cut Kabupaten Aceh Tamiang, letak geografis Kampung Gelanggang Merak memiliki jarak dari pusat pemerintahan Kabupaten Aceh Tamiang lebih kurang 10 Km.

Kampung Gelanggang Merak mempunyai luas wilayah adalah 351 Ha dengan batas desa tersebut sebagai berikut :

- Sebelah Barat berbatasan dengan Kampung Matang Ara Jawa
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kampung Sampaimah
- Sebelah Utara berbatasan dengan Kampung Simpang Lhee
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kampung Ie Bintang

Dilihat dari segi wilayah, Kampung Gelanggang Merak terdiri dari dataran rendah sedikit bergelombang, dataran rendah ini mencapai 400 meter diatas permukaan laut.¹⁰

2. Penduduk

Menurut catatan yang terdapat pada kantor Geuchik jumlah penduduk diwilayah Kampung Gelanggang Merak dalam tahun 2012 mencapai 1. 321 jiwa, yang terdiri dari 671 jiwa perempuan 650 jiwa laki-laki, dengan jumlah KK (Kepala Keluarga) sebanyak 280 KK. Secara rinci jumlah penduduk Kampung dapat dilihat pada table berikut ini.

Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Kampung Gelanggang Merak dapat dilihat dari usia tahun 2012

No	Usia	Jumlah		Jumlah total	Keterangan
		Laki-laki	Perempuan		
1	0 – 12 bulan	57	58	115	
2	1 – 5 tahun	37	31	68	
3	5 – 7 tahun	63	50	113	
4	7 – 15 tahun	50	45	95	
5	15 – 56 tahun	158	146	204	
6	56 tahun keatas	285	341	626	
	Jumlah	650	671	1.321	

Sumber data : Statistik Kampung Gelanggang Merak yang di peroleh dari kantor Datok Penghulu, Tahun 2012

¹⁰ Hasil Wawancara Penulis dengan Datok Kampung Gelanggang Merak, Kabupaten Aceh Tamiang, tanggal 21 Mei 2012.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa, yang mayoritas penduduknya adalah perempuan yaitu mencapai 671 Jiwa sedangkan laki-laki mencapai 650 Jiwa.

3. Mata Pencaharian

Sesuai dengan letaknya yang geografis Kampung Gelanggang Merak yang subur tanahnya dan baik sekali untuk dijadikan areal pertanian, maka oleh sebab itu sebahagian besar penduduknya bermata pencaharian dibidang pertanian.

Di samping usaha pertanian, sebahagian masyarakat tersebut berpenghasilan Pegawai Negeri Sipil (PNS), karyawan swasta dan lain-lain yang dapat memperoleh penghasilan untuk kebutuhan pribadi dan keluarga. Untuk lebih jelasnya tentang mata pencaharian masyarakat Kampung Gelanggang Merak dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.2 Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian Di Kampung Gelanggang Merak Tualang Cut Kabupaten Aceh Tamiang.

No	Mata Pencaharian	Persentase	Keterangan
1	Tani	65 %	
2	Buruh	5 %	
3	Karyawan Swasta	5 %	
4	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	10 %	
5	Dan Lain-lain	15 %	
	Jumlah Persentase	100 %	

Sumber data : Kantor Datok Penghulu Kampung Gelanggang Merak. Tahun 2012.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa, sebahagian penduduk Geulanggang Merak bekerja bekerja dibidang Pegawai Negeri Sipil (PNS), Petani dan Pegawai

Swasta. Adapun jumlahnya penduduk selebihnya merupakan usia yang belum dan produktif lagi untuk bekerja dan mencapai 20 % yang terdiri dari anak-anak, remaja usia pendidikan dan usia lanjut.

4. Pendidikan

Pendidikan merupakan faktor yang sangat penting dalam kehidupan manusia, karena melalui pendidikan seseorang dapat tumbuh dan berkembang menjadi manusia yang betaqwa kepada Allah SWT, beretika dan bertanggung jawab baik sebagai individu (perorangan), anggota masyarakat, merupakan wilayah yang ikut berperan terhadap kemajuan pendidikan untuk mengisi otonomi daerah Provinsi Aceh dalam bidang pendidikan, agama dan budaya(adat-istiadat).

Sejak berdirinya sekolah-sekolah disekitar Kampung Gelanggang Merak tersebut, khususnya sekolah. Sekolah Negeri telah banyak menghasilkan manusia terpelajar yang mampu mengisi pembangunan Kampung Gelanggang Merak untuk mewujudkan pembangunan bangsa Republik Indonesia seutuhnya.

Untuk mendapatkan pendidikan bagi masyarakat sudah tersedianya sarana dan prasarana pendidikan yang relatif memadai, untuk memajukan pendidikan yang mulai dari Tingkat Dasar (SD) sampai dengan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama, sedangkan SMA dan Perguruan Tinggi melanjutkan daerah luar seperti ke kota Langsa. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 3.3 Fasilitas Pendidikan Formal dan Wilayah Kampung Gelanggang Merak Kabupaten Aceh Tamiang, Tahun 2012

No	Nama / Tingkat Sekolah	Jumlah	Keterangan
----	------------------------	--------	------------

1	Taman Kanak-kanak	1 buah	Baik
2	SD	1 buah	Baik
3	SLTP	1 buah	Baik
	Jumlah	2 buah	

Sumber data : Kantor Datok Penghulu Kampung Gelanggang Merak, Tahun 2012

Kampung Gelanggang Merak sudah cukup baik, walaupun fasilitas yang berjumlah 3 buah tersebut berada di wilayah Kampung Gelanggang Merak. Hal tersebut juga didukung oleh jumlah sarana pendidikan non formal sebagaimana tabel berikut :

Tabe 3.4 Fasilitas Pendidikan Non Formal di Kampung Gelanggang Merak
Kabupaten Aceh Tamiang, Tahun 2012

No	Nama / Tingkat Sekolah	Jumlah	Keterangan
1	TPA	1 Buah	Baik
2	Dayah	2 Buah	Baik
		3 Buah	

Sumber Data : Kantor Datok Penghulu Kampung Gelanggang Merak. Tahun 2012.

Dari tabel tersebut diatas juga terlihat bahwa di Kampung Gelanggang Merak juga memiliki wadah pendidikan Non Formal berupa Dayah dan TPA sehingga anak-anak usia sekolah dengan leluasa dapat menikmati wadah tersebut sebagai sumber ataupun tempat untuk menambah mereka yaitu ilmu pengetahuan agama agar kelak diharapkan dapat menjadi para penda'i yang profesional yang dapat membawa/ meluruskan umat Islam kejalan yang benar .

5. Agama

Penduduk Kampung Gelanggang Merak keseluruhannya menganut agama Islam yang ta'at, kesadaran hidup beragama di Gam Kampung Gelanggang Merak tergolong baik, dan pengaruh budaya asing melalui media elektronik yang pada saat sekarang ini beraneka ragam dan hampir tidak terbendungkan belum terlalu merasuki ke dalam wilayah ini. Kampung Gelanggang Merak memiliki sarana peribadatan untuk mendekatkan diri kepada Allah, selain itu sarana dan prasana ini sangat membantu para da'i dalam menyiarkan agama Islam, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.5 Sarana dan Prasarana Ibadah di Kampung Gelanggang Merak. Kabupaten Aceh Tamiang. Tahun 2012.

No	Jenis	Jumlah	Keterangan
1	Masjid	-	-
2	Mushalla	1	Baik
	Jumlah	1	

Sumber Data : Kantor Kampung Gelanggang Merak Kabupaten Aceh Tamiang. Tahun 2012.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa ketaatan masyarakat terhadap agama sangat tinggi walaupun tempat peribadatan hanya memiliki 1 unit saja, namun dengan sarana peribadatan umat Islam lainnya yaitu TPA dan Dayah merupakan wadah yang memadai juntuk selalu diisi dengan berbagai aktifitas keagamaan khususnya membentuk para da'i muda, sehingga kehidupan masyarakat selalu di warnai dengan kehidupan Islami.

6. Adat Istiadat

Adat Istiadat Kampung Gelanggang Merak. masih terlihat tinggi, karena Kampung Gelanggang Merak. pada umumnya penduduk asli suku Aceh, walaupun banyak sudah bercampur dengan suku pendatang, seperti : Jawa, Gayo, Tamiang dan Lain-lain. Akan tetapi mengenai kebudayaan mereka tidak terpengaruh dengan kebudayaan luar daerahnya.

Dengan demikian dalam kehidupan sosial budaya, suku Aceh asli terlihat dalam kehidupan sehari-hari pada umumnya masyarakat Kampung Gelanggang Merak masih berperilaku seperti adat kebiasaan masyarakat Aceh lainnya.

Sesungguhnya masyarakat gampong Kampung Gelanggang Merak terdiri dari beberapa etnis yang datang dari luar Aceh, tetapi dalam kehidupan sehari-hari terlihat rasa solidaritas yang sangat tinggi, hal ini terlihat antara lain :

a. Dalam hal kematian

Apabila dalam suatu Kampung Gelanggang Merak ada orang yang meninggal, maka segala kegiatan pada hari itu di hentikan dan masyarakat datang beramai-ramai datang ke tempat yang kena musibah, mereka memberi sedekah dari kaum bapak berupa uang, sedangkan dari kaum ibu berupa kue-kue.

Memasuki malam pertama dirumah ahli musibah, dibacakan Al-Qur'an dan Tahlilan oleh masyarakat selama tujuh malam, pada hari ketiga, kelima, ketujuh, keempat puluh dan keseratus diadakan kenduri dan mengundang tetangga dan ahli famili dengan memotong ayam atau kambing sesuai dengan kemampuan keluarga yang menimpa musibah.

b. Dalam hal perkawinan

Apabila seorang pemuda berkeinginan terhadap seorang gadis, hal ini disampaikan kepada orang tua untuk meminang atau mencari gadis yang disukai oleh puteranya. Adapun cara yang ditempuh oleh orang tuanya (Bapak si pemuda) mencari seorang laki-laki lain yang sudah dewasa sebagai penggantinya untuk meminang seorang gadis calon menantu (dalam bahasa Aceh, Seulangkeu), datang kerumah membawa roti, kopi,teh dan sejenisnya. Selanjutnya seulangkeu datang langsung membicarakan dengan orang tua si gadis menyampaikan setuju atau tidak pinangan terhadap gadisnya.

Dalam hal pelaksanaan seterusnya baru dilaksanakan tunangan (*Ba-ranup*), kadang kala sekaligus dengan nikah, ada yang menunggu beberapa bulan baru di langsungkan pernikahan dan peresmian. Acara pesta perkawinan (*walimah*) diadakan ada yang satu hari penuh dan acara antar linto (*intat linto*) kenduri diadakan pada tempat pengantin wanita (*bak dara baro*) kenduri diadakan pada tempat pengantin laki-laki (*bak linto*). Disamping diadakan kenduri diselingi dengan kesenian seperti rabbana, seulawat kepada Nabi, Ranup Lampuan dan lain-lain tergantung pada orang yang punya pesta.

c. Dalam hal kelahiran

seperti kelahiran anak, bila anak tersebut laki-laki, langsung di azankan pada telinga sebelah kanan, tetapi bila anak yang baru lahir itu perempuan di iqamah pada telinga sebelah kiri. Kemudian pada hari ketiga potong pusat, seterusnya pada hari ketujuh diberi nama dan di cukur rambut. Pada hari tersebut diadakan kenduri dengan memotong ayam atau kambing mengundang

tetangga dan seluruh famili dekat. Seterusnya pada hari keenam puluh diadakan kenduri penurunan bayi yang baru lahir (*peutren aneuk*), untuk dibacakan do'a dan sebagian lahirnya mengaji, mendo'akan anak tersebut panjang umur dan mendapat kebahagiaan di didunia dan kesejahteraan di akhirat.

d. Dalam hal keagamaan

Dalam memperingati hari-hari besar Islam seperti : Isra' Mikraj, Nuzul Qur'an Maulid Nabi Muhammad SAW dan hari besar lainnya diadakan kenduri, sedangkan pada malam harinya diadakan ceramah, terkadang di undang penceramah dari kampung sendiri bahkan terkadang diundang dari luar Kampung Gelanggang Merak itu sendiri.

Demikian gambaran secara umum tentang adat istiadat di Kampung Gelanggang Merak yang selalu mencerminkan nilai-nilai yang Islami dalam pelaksanaan adat istiadat sekalipun adat- istiadat sudah bermacam ragam.¹¹

B. Eksistensi Da'i Di Gelanggang Meurak

¹¹ Hasil Wawancara Penulis dengan Kampung Gelanggang Merak. Tahun Kabupaten Aceh Tamiang, Tanggal 13 Mei 2012.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Praktik Penentuan Harga Suatu Produk Di Bawah *Official Store*

Penentuan harga produk merupakan bagian dari penjual hal ini dikarenakan harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu atau jasa. Dalam berbagai usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu kunci strategi akibat dari berbagai hal seperti regulasi (aturan atau sistem yang mengatur), persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi dan peluang usaha bagi yang menepati pasar.

Dimsun kitchen merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang produk makanan di Kota Langsa telah berdiri sejak tahun 2019, usaha ini dikelola oleh ibu Intan di gampong Sidorjo.

Manajemen Penjualan produk dimsum kitchen dilakukan dikelola langsung oleh Ibu Intan dengan sistem penjualan dilakukan secara online dan tersedia penjualan langsung ditempat. Penjualan dengan memanfaatkan media internet (*dunia maya/cyber space*) sebagai media pemasaran memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap penjualan yang dilakukan. Selain menguntungkan pelaku usaha, melalui *reseller* / wakilah yang digunakan pada penjualan secara online ini juga mempermudah konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan. Akan tetapi dengan adanya perbedaan harga dari setiap reseller terhadap produk yang di ambil dari Dinsum Kitchen yang telah ditentukan harga jual oleh pemilik nya, tentu akan membingungkan konsumen, dimana pemilik

produk mendapat kendala dalam pemasarannya hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha dinsum kitchen.

Dalam pelaksanaan penjualan online, Ibu Intan telah memasarkan produknya secara online semenjak tahun 2019, hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan beliau, ibu Intan mengemukakan bahwa:

“Saya berjualan dinsum sejak tahun 2019, selain dinsum ada siomai dan batagor yang dijual di seputaran Kota Langsa, tapi ada juga pemesaran secara online, untuk pemesanan online saya dibantu oleh beberapa reseller.”¹

Hal ini di benarkan oleh reseller yang telah lama bekerja sama dengan Ibu Intan, yaitu saudari Amel, yang mengemukakan bahwa:

“benar, saya sudah lama menjual produk ibu Intan, soalnya dinsumnya enak, selain itu harganya juga terjangkau dibandingkan dengan tempat lain. Saya mulai menjadi reseller sejak tahun 2020.”²

Jadi dapat disimpulkan bahwa produk yang di perjual belikan tidak hanya dinsum akan tetapi juga ada produk lainnya. Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa usaha produk dinsum kitchen sudah berdiri sejak tahun 2019 artinya sudah hampir 3 tahun berjalan. Dalam proses pemasaran yang dilakukan beliau dibantu oleh beberapa reseller online yang mempromosikan melalui media social, hal ini berdasarkan hasil wawancara yang disampaikan oleh Ibu Intan, beliau mengemukakan bahwa:

“awalnya masih sendiri berjualan, promosi melalui media social kayak WA, Facebook sama Instagram, yang beli pertama kawan-kawan, terus

¹ Hasil Wawancara Dengan Ibu Intan, *Pemilik Dinsum Kitchen Di Gampong Sukarejo*, Pada Tanggal 05 Februari 2022. Pukul 13:23 Wib

² Hasil Wawancara Dengan Amel, *Reseller Dinsum Kitchen Di Gampong Sukarejo*, Pada Tanggal 08 Februari 2022. Pukul 14:00 Wib

rame-rame terus, pada tahun 2020 mulai ada yang minta join, pertama 1 orang reseller, untuk sekarang reseller ada sekitar 4 orang.”³

Hal ini sesuai dengan pendapat saudari Amel, reseller tetap yang pada saat ini memasarkan produk secara online, saudari Amel mengemukakan bahwa:

“ia benar, saya menjual barang milik bu Intan, awalnya cuma pesan buat makan sama kawan-kawan ditempat kerja, rupanya besoknya kawan-kawan saya pada mesen sama saya, ya udah sekalian aja jadi reseller, yang mesan pun rame.”⁴

Hal ini juga dibenarkan oleh saudari Lia, yang mengemukakan bahwa:

“Ia saya reseller dari Ibu Intan, saya sudah cukup lama juga, saya berjualan sudah 2 tahunan, ngambil dari Ibu Intan, taunya dari facebook, kebetulan juga kawan, ya sekalian.”⁵

Sedangkan Ibu Rika sendiri mengemukakan bahwa:

“saya menjadi reseller baru satu tahun, waktu itu saya mesan dinsum melalui adik saya, kebetulan cemilan ditempat Ibu Intan lumayan banyak peminatnya, yaudah coba ngepost di WA, ada yang minat ya sekalian, lumayan juga untungnya.”⁶

Jadi dapat disimpulkan bahwa reseller yang mengambil barang pada ibu Intan merupakan teman dan juga pelanggan yang sering membeli produk dinsum. Dari sistem pemasaran hampir semua reseller memasarkan produk secara online dalam penjualannya.

Produk yang diperjualkan sudah ditentukan harga oleh Ibu Intan, hal ini dikarenakan agar konsumen tidak bingung mengenai harga, selain itu untuk

³ Hasil Wawancara Dengan Ibu Intan, *Pemilik Dinsum Kitchen Di Gampong Sukarejo*, Pada Tanggal 05 Februari 2022. Pukul 13:23 Wib

⁴ Hasil Wawancara Dengan Amel, *Reseller Dinsum Kitchen Di Gampong Sukarejo*, Pada Tanggal 08 Februari 2022. Pukul 14:00 Wib

⁵ Hasil Wawancara Dengan Lia, *Reseller Dinsum Kitchen Di Gampong Sukarejo*, Pada Tanggal 10 Februari 2022. Pukul 10:00 Wib

⁶ Hasil Wawancara Dengan Ibu Rika, *Reseller Dinsum Kitchen Di Gampong Sukarejo*, Pada Tanggal 08 Februari 2022. Pukul 16:00 Wib

mengatasi persaingan harga antara sesama reseller, berikut hasil wawancara dengan Ibu Intan:

“sudah ditentukan di awal, jadi sebelum menjadi reseller kita buat perjanjian dulu, saya jelaskan syarat-syarat nya misalnya mengenai harga, cara jual dan kalau ada keluhan langsung di beritahukan, selain itu saya juga menjelaskan kerjasama dengan saya harus mengikuti harga yang telah saya tentukan, supaya orang yang sudah tau produk saya tidak bingung mengenai harga di pasaran, karena ada beberapa reseller yang ngambil ditempat saya, jadi harganya harus sama seperti yang saya sudah ditentukan tidak boleh di atas maupu di bawah harga yang telah saya tentukan.”⁷

Hal yang sama juga dikemukakan oleh saudari Amel, mengemukakan bahwa:

“benar, kalau jual punya jajanan Ibu Intan, saya harus ikut ketentuan harga yang ditentukan ibu Intan, karena dulu sebelum reseller jual harga di bawah harga yang udah ditentukan, terus ada konsumen yang bilang mengeluh barang yang di beli dari tempat yang sama tapi harganya beda.”⁸

Pernyataan ini juga dibenarkan oleh saudari Rika dan juga Lia, saudari Lia mengemukakan bahwa :

“Ia, waktu itu saya pernah jual harga disum di bawah harga yang udah ditentukan sama ibu Intan, namanya jualan harga pasti manjadi salah satu alasan orang buat beli apalagi murah dan enak, waktu itu tidak kepikiran kalau harga jual saya mempengaruhi penjualan teman-teman saya, jadi pas waktu ditegur saya baru tau.”⁹

Jadi dapat disimpulkan penentuan harga menjadi salah satu hal sensitif dalam bisnis, hal ini dikarenakan banyak pebisnis untuk memperoleh banyak konsumen rela melakukan strategi yang tidak dibenarkan untuk mendapat

⁷ Hasil Wawancara Dengan Ibu Intan, *Pemilik Dinsum Kitchen Di Gampong Sukarejo*, Pada Tanggal 05 Februari 2022. Pukul 13:23 Wib

⁸ Hasil Wawancara Dengan Amel, *Reseller Dinsum Kitchen Di Gampong Sukarejo*, Pada Tanggal 08 Februari 2022. Pukul 14:00 Wib

⁹ Hasil Wawancara Dengan Lia, *Reseller Dinsum Kitchen Di Gampong Sukarejo*, Pada Tanggal 10 Februari 2022. Pukul 10:00 Wib

keuntungan, padahal penentuan harga sudah ditentukan oleh Dimsum Kithen dalam mengelola bisnisnya agar dapat bersaing dan bertahan di dunia bisnis yang semakin ketat.

Selanjutnya Ibu Intan juga mengemukakan dalam sistem pemasaran, harga juga menjadi masalah yang sangat penting, hal ini dikarenakan kejelasan harga barang menjadi suatu yang harus diperhatikan ketika memasarkan sebuah produk. Namun salah satu reseller pernah melanggar hak privasi beliau, menurut Ibu Intan, harga sebuah produk tidak boleh diganti tanpa izin pemilik, berikut hasil wawancaranya:

“Kalau masalah pasti ada ya, tapi yang paling membuat saya kecewa dimana salah satu reseller saya mengganti harga yang sudah saya tentukan di awal dengan harga lebih murah, padahal harga merupakan hal yang sangat sensitif dari produk yang saya pasarkan supaya masyarakat atau pelanggan saya tidak bingung, kenapa harga produknya beda-beda, padahal tempat pengambilan sama, bahkan saya juga menjual sesuai dengan harga yang sama dengan reseller.”¹⁰

Ibu Intan menambahkan:

“Ketentuan harga saya buat, supaya barang mudah berkembang, dan reseller saya sama-sama mendapatkan keuntungan yang sama, karena konsumen bisa aja hari ini beli sama reseller A, besok sama reseller B, jadikan konsumen ada yang komplain sama saya, masa saya pemilik lebih mahal menjual produk dibandingkan reseller saya.”¹¹

Adapun menurut saudari Rika, mengemukakan bahwa:

“saya tidak pernah mengganti harganya, saya cuma ngepost, kalau ada yang minat ya saya pesankan, terus saya antar, jadi nggak ada mengganti

¹⁰ Hasil Wawancara Dengan Ibu Intan, *Pemilik Dinsum Kitchen Di Gampong Sukarejo*, Pada Tanggal 05 Februari 2022. Pukul 13:23 Wib

¹¹ Hasil Wawancara Dengan Ibu Intan, *Pemilik Dinsum Kitchen Di Gampong Sukarejo*, Pada Tanggal 05 Februari 2022. Pukul 13:23 Wib

harga, lagi-lagi tidak boleh seperti itu, kesannya kayak jual punya sendiri”.¹²

Hal sama juga sama disampaikan oleh saudari Amel, namun berbeda dengan pendapat saudari Lia yang mengemukakan bahwa:

“Ia, saya pikir tidak masalah, dikarenakan konsumen suka cari yang murah, terus suka membandingkan harga, kalau masalah rasakan setelah dibeli, jadi saya menjual di bawah harga, padahal keuntungan saya ambil tidak banyak, tapi konsumennya lumayan banyak ketika saya menjual lebih murah dibanding yang dipasaran.”¹³

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam sistem pemasaran ternyata terdapat reseller yang menggunakan harga pribadi pada milik orang lain yang telah ditentukan harga jualnya. Adapun penyelesaian yang dilakukan yaitu musyawarah, dimana Ibu Intan mengatakan bahwa:

“Untuk menyelesaikan masalah saya melakukannya dengan musyawarah, dikarenakan ini menghambat perkembangan usaha saya, karena perbedaan harga di pasar membuat dagangan saya pada reseller lainnya kurang berjalan, padahal produk saya produk mudah basi, dalam pembuatan saya sering melebihkan pembuatan, jadi kalau harganya berbeda-beda, kan lebih banyak yang beli sama yang lebih murah, jadi saya nasihati, supaya harga saya tidak diganti, awalnya dia bilang supaya orang banyak yang beli. Tapi harganya kenapa mesti diganti saya bilang, kan bisa pakai cara lain, jadi sekarang harga jualnya sudah sama semuanya.”¹⁴

B. Hukum Penentuan Harga di bawah Official Store Ditinjau Menurut Hukum Islam

Dalam berbagai usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu kunci strategi akibat dari berbagai hal seperti deregulasi (aturan atau sistem yang

¹² Hasil Wawancara Dengan Ibu Rika, *Reseller Dinsum Kitchen Di Gampong Sukarejo*, Pada Tanggal 08 Februari 2022. Pukul 16:00 Wib

¹³ Hasil Wawancara Dengan Amel, *Reseller Dinsum Kitchen Di Gampong Sukarejo*, Pada Tanggal 08 Februari 2022. Pukul 14:00 Wib

¹⁴ Hasil Wawancara Dengan Ibu Intan, *Pemilik Dinsum Kitchen Di Gampong Sukarejo*, Pada Tanggal 05 Februari 2022. Pukul 13:23 Wib

mengatur), persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi dan peluang usaha bagi yang menepati pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan dan juga mempengaruhi persepsi pembeli. Oleh sebab ini penentuan harga barang harus ditentukan dan disesuaikan dengan pengeluaran.

Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli. Bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik penjual, apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penetapan harga yang tidak diinginkan oleh pembeli (dalam hal ini sebagian masyarakat) bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan, reaksi penolakan itu bisa diekspresikan dalam berbagai tindakan yang kadang-kadang mengarah pada tindakan anarkis atau kekerasan yang melanggar norma hukum.¹⁵ Menurut Rachmat Syafei harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya harga dijadikan penukaran barang yang diridhai oleh kedua pihak yang melakukan akad.¹⁶

Konsep harga di dalam Islam yaitu harga yang adil, pada hakikatnya telah ada digunakan sejak awal kehadiran agama Islam Al-Quran sendiri sangat menekan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Oleh karena itu

¹⁵ Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga 2015), Jilid. 1 Cet Ke-8 h, 439

¹⁶ Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2000), h, 87

adalah hal wajar jika keahlian juga diwujudkan dalam aktivitas pasar khususnya harga.¹⁷

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad. Banyak yang menganggap bahwa harga sebagai kunci kegiatan dari sistem perdagangan bebas. Jadi harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karna harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Upah kerja yang tinggi memikat tenaga kerja, tingkat bunga yang tinggi menarik modal dan seterusnya.¹⁸

Ditinjau dari sistem penetapan harga di dalam Islam, maka tindakan penjualan produk dinsum kitchen di bawah harga yang telah ditentukan oleh *official store*, atau pemilik usaha hukumnya tidak di benarkan, karena penentuan harga jual produk sudah ditentukan pada saat perjanjian kerjasama dilakukan oleh Ibu Intan selaku pemilik Dinsum Kitchen dengan reseller atau wakilah.

Selain itu merujuk pada konsep *wakalah*, reseller adalah seseorang yang berfungsi menjualkan barang orang lain dengan mengambil upah tanpa menanggung resiko. Dengan kata lain *wakalah* ialah penengah antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual-beli.¹⁹ Jadi *wakalah* adalah *wakil* antara biro jasa dengan pihak yang memerlukan jasa mereka (produsen, pemilik barang), untuk

¹⁷ Adiwarmam Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Penerbit III T Indonesia, 2019), h. 130

¹⁸ Sunarto, *Akuntansi Manajemen*, (Yogyakarta, AMUS 2014), h. 179-185.

¹⁹ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam: Pola Pembinaan Hidup Dalam Perekonomian* (Bandung: CV. Diponegoro, 2017), h. 269.

memudahkan terjadinya transaksi jual-beli dengan upah yang telah disepakati sebelum terjadinya akad kerja sama tersebut.

Hal ini Allah telah menjelaskan dalam firman-Nya, dalam surat An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu sendiri. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Pekerjaan *wakalah* menurut pandangan Islam adalah termasuk akad *ijarah*, yaitu suatu perjanjian memanfaatkan suatu barang atau jasa, misalnya rumah atau suatu pekerjaan seperti pelayan, reseller, jasa pengacara, konsultan, dan sebagainya dengan imbalan hal ini berdasarkan ayat tersebut diatas, dapat kita ketahui bahwa:

1. Obyek akad bisa diketahui manfaatnya secara nyata dan dapat diserahkan
2. Obyek akad bukan hal-hal maksiat atau haram.²⁰

Wakalah harus bersikap jujur, ikhlas, terbuka, tidak melakukan penipuan dan bisnis yang haram maupun yang syubhat. Imbalan berhak diterima oleh seorang *Wakalah* setelah penjual dan pembeli memenuh akad jual beli, sedang pihak yang menggunakan jasa *wakalah* harus memberikan imbalannya, karena

²⁰ Ibid.,

upah atau imbalan pekerja dapat meningkatkan kesejahteraan pekerja yang bersangkutan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa reseller tidak boleh menentukan harga jual kecuali dengan seizin pemilik usaha, apalagi pada pelaksanaan kerjasama telah menjadi kesepakatan di awal. Reseller seharusnya jujur, dan terbuka serta tidak melakukan kecurangan, karena menjual produk milik orang lain dengan harga yang tidak disetujui termasuk kedalam pekerjaan yang mencurangi pemilik usaha.

Menurut Hamzah Ya'qub bahwa antara pemilik barang dan *wakalah* dapat mengatur suatu syarat tertentu mengenai jumlah keuntungan yang di peroleh reseller. Boleh dalam bentuk prosentase dari penjualan, dan juga boleh mengambil dari kelebihan harga yang di tentukan oleh pemilik barang.²¹

Adapun sebab-sebab *wakalah* yang tidak diperbolehkan di dalam Islam yaitu:

- a) Jika *wakalah* tersebut memberikan mudharat dan mengandung kezhaliman terhadap pembeli.
- b) Jika *wakalah* tersebut memberikan mudharat dan mengandung kezhaliman terhadap penjual.²²

Sejalan dengan pandangan fuqaha tersebut apabila kita kembali kepada aturan pokok, maka pekerjaan *wakalah* itu tidak terlarang (mubah) karena tidak ada nash yang melarang. Akan tetapi pada kenyataannya banyak praktik *wakalah* yang sering melanggar aturan yang telah ditetapkan di dalam Islam, salah satunya yaitu

²¹ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik....*, h. 270.

²² *Ibid.*,

menjual barang dengan harga yang tidak diizinkan oleh penjual atau pemilik usaha.

Menurut Ibnu Qudamah adanya kebutuhan untuk memberikan perwakilan dalam jual beli, karena terkadang perwakilan itu diberikan orang yang tidak ahli dalam berniaga. Atau terkadang dia memiliki harta tetapi tidak mahir dalam berdagang, atau dia mahir dalam berdagang tetapi tidak memiliki waktu untuk berdagang. Atau dia tidak pantas untuk berdagang dikarenakan dia seorang wanita atau dapat tercemar nama baiknya jika berdagang. Oleh karena itu perwakilan dalam jual beli dibolehkan oleh syariat karena tuntutan kebutuhan dan untuk menghasilkan maslahat bagi manusia yang diciptakan untuk beribadah kepada Allah Swt.²³

Secara praktis, *wakalah* terealisasi dalam bentuk transaksi dengan kompensasi *upah 'aqdu ijarah* atau dengan komisi *aqdu ji'alah*. Maka syarat-syarat dalam *wakalah* mengacu pada syarat-syarat umum *'aqad* atau transaksi menurut aturan fikih Islam. Syarat-syarat umum transaksi dapat diterapkan pada *al-aqidani* (penjual dan pembeli) dan *al-shigat*. Sedangkan seorang *wakalah* hanya dibebankan syarat *al-tamyiz* tanpa *al-aqlu wal bulugh* seperti yang disyaratkan pada *al-aqidani*, sebab seorang *Wakalah* hanya sebagai penengah dan tidak bertanggung jawab atas transaksi.

Para Imam mazhab berbeda pendapat mengenai wakil yang membeli barang untuk dirinya pribadi, yang mana ia diperintahkan untuk menjual barang tersebut oleh pemberi perwakilan. Imam Hanafi dan Syafii berpendapat bahwa

²³ Ibnu Qudamah, *AL-Mugni* Jilid 6, cet.1 (terj.), (Jakarta Selatan: Pustaka Azzam, 2009) h. 577.

penjualan seperti itu tidak sah. Imam Malik berpendapat bahwa tidak sah wakil membeli dari dirinya untuk dirinya sendiri dengan menambah harga. Dalam hal ini Imam Hambali juga menyatakan ketidakbolehannya bagaimanapun keadaannya.²⁴

Wakalah yang di mana muwakil memberikan kuasa kepada wakil untuk membeli/ menjual, pembelian yang dilakukan oleh wakil terikat dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh muwakil. Wakil wajib menaati ketentuan tersebut, baik yang berkenaan dengan harga penjualan maupun jenis barangnya. Apabila si wakil menyelisihi dan membeli/ menjual barang yang berbeda dengan apa yang diminta atau berbeda dari ketentuan yang ditentukan, atau membeli/menjual barang yang lebih mahal atau rendah dari apa yang telah ditetapkan atau dari harga umum, maka pembelian tersebut dianggap untuknya (wakil), bukan untuk orang yang memberikan kuasa atau muwakil. Namun, ia diperbolehkan menyalahi ketentuan apabila dengan tujuan mendapatkan hal yang lebih baik.²⁵

Dari pendapat para Imam Mazhab di atas, maka penulis sendiri dapat menyimpulkan bahwa tidak dibenarkan/dibolehkan bagi wakil untuk membeli barang yang telah diamanahkan oleh *muwakkil* untuk dijual tersebut untuk dirinya sendiri (wakil) meskipun dengan memberi keuntungan kepada muwakkil dengan menambahkan harga. Sedangkan wakalah dimana *muwakkil* memberi kuasa untuk membeli, pembelian yang dilakukan oleh *wakil* terikat dengan syarat-syarat yang

²⁴ Al Allamah Muhammad bin Abdurrahman ad-Dimasqi, *Fiqh Empat Mazhab* (terj.), (Bandung: Hasymi Press, 2004), h. 270

²⁵ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* jilid 4 (terj. Nor Hasanuddin), (Jakarta: PT. Pena Pundi Aksara, 2006), h.241

telah ditentukan oleh *muwakkil*. Si *wakil* wajib menaati ketentuan tersebut, baik yang berkenaan dengan harga pembelian maupun jenis barangnya. Apabila si *wakil* menyalahi dan membeli barang yang berbeda dengan apa yang diminta oleh *muwakkil*, atau ia membeli dengan harga yang lebih mahal dari apa yang telah ditetapkan atau dari harga umum, maka pembelian tersebut dianggap untuknya (*wakil*), bukan untuk orang yang mewakilkan (*muwakkil*). Namun, ia diperbolehkan menyalahi perintah dengan tujuan mendapatkan hal yang lebih baik.²⁶ Akad wakalah dianggap berakhir jika terjadi hal-hal berikut:

1. Salah satu pihak yang melakukan akad meninggal dunia atau menjadi gila. Salah satu syarat orang yang melakukan akad wakalah adalah hidup dan berakal. Apabila salah satu pihak meninggal atau gila, maka wakalah itu menjadi tidak memenuhi syarat.
2. Berakhirnya pekerjaan tersebut. Jika pekerjaan yang diwakilkan tidak memiliki batas akhir, maka wakalah tersebut tidak bermakna apa-apa.
3. Pemutusan akad wakalah oleh muwakkil sekalipun tanpa pemberitahuan terhadap wakil. Ulama mazhab Hanafi berpendapat bahwa wakil wajib mengetahui pemutusan tersebut. Sebelum ia mengetahui hal itu, maka status tindakan muwakkil sama seperti sebelum akadnya diputuskan secara hukum.
4. Wakil mengundurkan diri. Mayoritas ulama berpendapat, pengunduran diri itu tidak perlu diketahui oleh muwakkil. Tetapi ulama mazhab Hanafi mensyaratkannya untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. 5.

²⁶ *Ibid.*

Apabila perkara atau barang yang diwakilkan bukan lagi milik atau dalam kuasa orang yang mewakilkan.²⁷

C. Tinjauan UU No 5 Tahun 1999 Pasal 8 Tentang Penetapan Harga Jual Kembali dan Larangan Praktek Monopoli Terhadap Penentuan Harga Suatu Produk Di bawah Official Store

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memiliki asas Demokrasi Ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara pelaku usaha dan kepentingan umum sebagaimana termaktum pada Pasal 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang menyatakan bahwa pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antar kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Jadi, pasal ini mensyaratkan asas demokrasi ekonomi yang juga menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya di Indonesia.²⁸

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, maka dapat disimpulkan bahwa tindakan penentuan harga di bawah official store tidak dibenarkan atau melanggar undang-undang yang telah di tetapkan oleh pemerintah. Secara umum,

²⁷ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah jilid 4* (terj. Nor Hasanuddin), (Jakarta: PT. Pena Pundi Aksara, 2006), h.241

²⁸ Lampiran Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 2 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 22 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Persekongkolan dalam Tender

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat bertujuan untuk menjadikan persaingan antar pelaku usaha menjadi sehat agar tercipta iklim persaingan antar pelaku usaha tetap terjaga dan menghindari terjadinya eksploitasi terhadap konsumen oleh pelaku usaha tertentu dan mendukung sistem ekonomi pasar yang dianut oleh suatu negara. Menciptakan iklim usaha yang sehat, kondusif, dan kompetitif di Indonesia tidaklah mudah. Mungkin diantara hambatan yang akan dihadapi adalah dengan mengubah paradigma dan perilaku pembuat kebijakan (pemerintah sebagai regulator/pengawas), pelaku usaha (pelaku ekonomi atau produsen), dan masyarakat (konsumen) mengenai style dalam menjalankan kegiatan usahanya.²⁹

Penentuan harga di bawah *official store* merupakan kegiatan yang dilarang karena hal tersebut termasuk kedalam tindakan atau perbuatan hukum “sepihak” yang dilakukan oleh satu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha tanpa adanya keterkaitan hubungan (hukum) secara langsung dengan pelaku usaha lainnya.³⁰ Pada dasarnya “kegiatan” adalah suatu aktivitas, usaha, atau pekerjaan yang dilakukan oleh satu atau lebih pelaku usaha yang berkaitan dengan proses dalam menjalankan kegiatan usahanya.³¹

²⁹ Penjelasan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Bagian Umum, Paragraf 9.

³⁰ Insan Budi Maulana, Catatan Singkat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), h 17.

³¹ Ibid.,

D. Analisis Penulis

Dari hasil penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik dan reseller diketahui bahwa, usaha produk dimsum kitchen ini sudah berdiri sejak tahun 2019, produk yang dikelola oleh Ibu Intan sudah banyak dikenal melalui media online karena ciri khas dan rasanya. Dari usaha tersebut beliau telah memiliki 4 reseller yang telah berkejasama dengan Ibu Intan sejak tahun 2019 sampai saat ini, dalam pemasaran produk Ibu Intan sudah menggunakan harga yang sudah ditentukan pada produk yang dipasarkan.

Akan tetapi dalam perkembangan usaha Ibu Intan pernah mengalami permasalahan dengan reseller yang memasarkan produknya dimana tanpa seizin Ibu Intan, reseller menjual produk dimsum kitchen dengan harga tidak sama dengan yang telah ditentukan. Tentu saja dalam hal ini tidak dibenarkan karena didalam hukum Islam penentuan harga harus mengikuti akad yang telah disepakati di awal perjanjian, begitu pula ditinjau menurut konsep wakalah, seorang reseller harus memiliki sikap adil, jujur, terbuka dan tidak melakukan kecurangan dengan perjanjian yang telah disepakati di awal, karena wakalah menjadi tidak dibolehkan apabila pembeli atau pemilik usaha mengalami kerugian yang diakibatkan oleh kecurangan dari reseller. Wakalah yang di mana muwakil memberikan kuasa kepada wakil untuk membeli/ menjual, pembelian yang dilakukan oleh wakil terikat dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh muwakil. Wakil wajib menaati ketetapan tersebut, baik yang berkenaan dengan harga penjualan maupun jenis barangnya. Apabila si wakil menyelisihi dan membeli/ menjual barang yang berbeda dengan apa yang diminta atau berbeda

dari ketetapan yang ditentukan, atau membeli/menjual barang yang lebih mahal atau rendah dari apa yang telah ditetapkan atau dari harga umum, maka pembelian tersebut dianggap untuknya (*wakil*), bukan untuk orang yang memberikan kuasa atau *muwakkil*. Namun, ia diperbolehkan menyalahi ketetapan apabila dengan tujuan mendapatkan hal yang lebih baik.³²

Dari pendapat para Imam Mazhab di atas, maka penulis sendiri dapat menyimpulkan bahwa tidak dibenarkan/dibolehkan bagi *wakil* untuk membeli barang yang telah diamanah kan oleh *muwakkil* untuk dijual tersebut untuk dirinya sendiri (*wakil*) meskipun dengan memberi keuntungan kepada *muwakkil* dengan menambahkan harga. Sedangkan wakalah dimana *muwakkil* memberi kuasa untuk membeli, pembelian yang dilakukan oleh *wakil* terikat dengan syarat-syarat yang telah ditentukan oleh *muwakkil*. Si *wakil* wajib menaati ketentuan tersebut, baik yang berkenaan dengan harga pembelian maupun jenis barangnya. Apabila si *wakil* menyalahi dan membeli barang yang berbeda dengan apa yang diminta oleh *muwakkil*, atau ia membeli dengan harga yang lebih mahal dari apa yang telah ditetapkan atau dari harga umum, maka pembelian tersebut dianggap untuknya (*wakil*), bukan untuk orang yang mewakilkan (*muwakkil*). Namun, ia diperbolehkan menyalahi perintah dengan tujuan mendapatkan hal yang lebih baik.³³

Sedangkan ditinjau menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, maka

³² Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* jilid 4 (terj. Nor Hasanuddin), (Jakarta: PT. Pena Pundi Aksara, 2006), h.241

³³ *Ibid.*

dapat disimpulkan bahwa tindakan penentuan harga di bawah *official store* tidak dibenarkan atau melanggar undang-undang yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara tersebut di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Praktik penentuan harga di bawah *official store* merupakan salah satu praktik kecurangan yang dilakukan oleh reseller yang bekerjasama dengan Usaha Dinsum Kitchen, dimana pada awal perjanjian kerjasama pihak dari Dinsum kitchen telah menentukan harga jual, untuk menghindari ketimpangan harga antara reseller dengan pemilik usaha dan reseller lainnya. Akan tetapi reseller tanpa seizin pemilik usaha menurunkan harga untuk memperoleh banyak konsumen. Sehingga pada permasalahan ini banyak konsumen yang membanding-bandingkan harga. Untuk penyelesaian Ibu Intan melakukan musyawarah sebagai proses penyelesaiannya.
2. Ditinjau menurut hukum Islam penentuan harga harus mengikuti akad yang telah disepakati di awal perjanjian, begitu pula ditinjau menurut konsep *wakalah*, seorang reseller harus memiliki sikap adil, jujur, terbuka dan tidak melakukan kecurangan dengan perjanjian yang telah disepakati di awal, karena *wakalah* hukumnya tidak dibolehkan/ tidak dibenarkan apabila pembeli atau pemilik usaha mengalami kerugian yang diakibatkan oleh kecurangan dari reseller.

3. Sedangkan ditinjau menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, tindakan penentuan harga di bawah *official store* tidak dibenarkan atau melanggar undang-undang yang telah di tetapkan oleh pemerintah.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat di sampaikan yaitu:

1. Dari kerjasama pemilik produk dapat menekankan kepada reseller untuk menentukan sikap pada kerjasama.
2. Kepada reseller diharapkan hal ini dapat memperbaiki sistem dalam pemasaran, jika ada sesuatu yang ingin di ganti atau ditambahkan, diharapkan dapat melakukan musyawarah terlebih dahulu dengan pemilik.
3. Penelitian ini masih dibutuhkan penelitian lebih lanjut, diharapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Tim. Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*, (Jakarta: PT. Reality Publisher 2018), h. 450
- Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2020), Cet 2, h. 268.
- Franky, Hetty & Mey, *Dasar-Dasar Kewirausahaan Teori Dan Praktik, Indeks*, (Jakarta: Graha media, 2016), h 99.
- Mas'ud Machfoedz, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: *BPFF*,2005, h. 112-113
- Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga 2015), Jilid. 1 Cet Ke-8 h, 439
- Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2000), h, 87
- Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Penerbit III T Indonesia, 2019), h. 130
- Sunarto, *Akuntansi Manajemen*, (Yogyakarta, AMUS 2014), h. 179-185.
- Philip and Gery Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Elangga:2012), 345.
- Swastha Basu, Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta, 2020), h.19.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), h. 79.
- Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam: Pola Pembinaan Hidup Dalam Perekonomian* (Bandung: CV. Diponegoro, 2017), h. 269.
- Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, jilid 12 (Bandung: PT Al-Ma'rif, 2018), h. 15.
- Masfuk Zuhdi, *Masail Fiqhiyah* (Jakarta: Haji Masagung, 2017), h. 121.
- Ibnu Hajar Al-Asqalani, Al Imam Al Hafizh, *Fathul Baari syarah : Shahih Bukhari/Al Imam Al Hafizh Ibnu Hajar*, (Jakarta : Pustaka Azzam, Cet. 1,2005), h.266.
- Ibnu Qudamah, *AL-Mugni* Jilid 6, cet.1 (terj.), (Jakarta Selatan: Pustaka Azzam, 2009) h. 577.

- Al Allamah Muhammad bin Abdurrahman ad-Dimasqi, *Fiqh Empat Mazhab* (terj.), (Bandung: Hasymi Press, 2004), h. 270
- Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* jilid 4 (terj. Nor Hasanuddin), (Jakarta: PT. Pena Pundi Aksara, 2006), h.241
- Lampiran Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 2 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 22 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Persekongkolan dalam Tender
- Lampiran Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 2 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 22 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Persekongkolan dalam Tender
- Asri Sitompul, *Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Tinjauan terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999)*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2019), h. 13.
- Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang *Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*.
- Pasal 30 ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 *tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*.
- Penjelasan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 *tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Bagian Umum, Paragraf 8*.
- Pasal 30 ayat (3) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 *tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*.
- Penjelasan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 *tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Bagian Umum, Paragraf 9*.
- Insan Budi Maulana, Catatan Singkat *Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), h 17.
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian. Kualitatif*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2017), h. 6.
- Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja, 2012), h.132.
- Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: BPFU-UII, 2017), hal. 55

Sudjiono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Remaja Grafindo Persada, 2016), h. 76.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Bima Aksara, 2016), h. 145.

Suhasimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Cet IX*, (Jakarta: Rineka cipta, 2016), h. 48.

Lampiran Dokumentasi Wawancara



Lampiran Dokumentasi Wawancara dengan Rika, Reseller Dinsumlah, pada Tanggal 08 Februari 2022



Lampiran Dokumentasi Wawancara dengan Amel, Reseller Dinsumlah, pada Tanggal 08 Februari 2022



Hasil wawancara dengan Ibu Intan, pemilik usaha Dinsumlah pada tanggal 05 Februari 2022



Hasil Dokumentasi salah satu usaha ibu Intan, pemilik usaha Dinsumlah di kota Langsa Pada tanggal 07 Februari 2022



Hasil wawancara dengan Lia, Reseller usaha Dinsumlah pada tanggal 10 Februari 2022

