

ABSTRAK

Widia Ayu Andani, 1193020133, 2023: Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif Terhadap Jual Beli dengan Strategi Pemasaran Satu Harga (Studi Kasus pada Toko Serba 35.000 di Kec. Rengasdengklok).

Strategi pemasaran harus dilakukan sesuai dengan prinsip syariah agar dapat menciptakan kemaslahatan dan keadilan bagi para pihak dalam jual beli. Adanya ketidaksesuaian antara harga yang dipromosikan dengan harga jual menjadi permasalahan dalam praktik jual beli dengan strategi pemasaran satu harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik jual beli dengan strategi pemasaran satu harga pada Toko Serba 35.000 di Kec. Rengasdengklok termasuk juga bagaimana sistem penetapan harganya dan bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif terhadap jual beli dengan strategi pemasaran satu harga yang dilakukan di Toko Serba 35.000 di Kec. Rengasdengklok.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian studi kasus, dengan pendekatan analisis deskriptif karena penelitian yang dilakukan berfokus pada suatu kasus untuk diamati dan di analisis secara cermat hingga selesai. Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif dengan sumber data primer yang diperoleh melalui wawancara. Hasil wawancara ini menjadi data utama yang digunakan dalam penelitian yang kemudian dianalisis dengan beberapa tahapan yaitu reduksi, display, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan, kemudian hasilnya dikembangkan dalam bentuk uraian.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan sebagai berikut: (1) Terdapat dua toko yang dalam praktiknya terjadi ketidaksesuaian antara harga yang dipromosikan dengan harga jual produk. (2) Berdasarkan teori harga adil menurut Ibnu Taimiyah, penentuan harga serba 35.000 termasuk pada harga adil, yang ditetapkan berdasarkan modal, keuntungan, dan persaingan, dimana harga 35.000 merupakan harga terendah yang ditetapkan. Sebab keuntungannya diperoleh dari konsep adanya saling menutupi baik dari modal produk ataupun waktu jual produk. (3) Strategi pemasaran satu harga boleh dipraktikkan apabila tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang dalam Islam. Dalam jual beli ini terdapat unsur *tadlis* yang menyebabkan akad dalam jual beli ini menjadi *fasad* (rusak). Namun, jual beli ini berakhir pada praktik *khiyar tadlis* dimana konsumen bebas memilih untuk membatalkan atau melanjutkan jual beli. Sejalan dengan itu, hukum positif di Indonesia juga melarang adanya pernyataan harga yang tidak benar sebagaimana yang dijelaskan dalam pasal 10 huruf A Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sehingga, agar konsumen mendapatkan kepastian harga dari produk yang akan dibelinya maka diwajibkan kepada seluruh pelaku usaha yang menjual produknya secara eceran untuk mencantumkan harga secara jelas, mudah terbaca dan mudah terlihat sebagaimana dijelaskan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan.

Kata Kunci : Harga, Pemasaran, Promosi, Satu Harga, Tadlis.