

**PENETAPAN HARGA PADA TRANSAKSI IDOL PHOTOCARD ALBUM
PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM**

SKRIPSI

OLEH :

**RIZQYNA RAMADHANIE
NIM 19220135**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2023

**PENETAPAN HARGA PADA TRANSAKSI IDOL PHOTOCARD ALBUM
PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Strata Satu

Sarjana Hukum (S.H)

OLEH :

**RIZQYNA RAMADHANIE
NIM 19220135**



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,
Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENETAPAN HARGA PADA TRANSAKSI IDOL PHOTOCARD ALBUM PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggung jawabkan. Jika kemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 23 Juni 2023

Penulis



Rizqyna Ramadhanie
19220135

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Rizqyna Ramadhanie NIM: 19220135 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

PENETAPAN HARGA PADA TRANSAKSI IDOL PHOTOCARD ALBUM PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM

maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah



Dr. Fakhruddin, M.HI
NIP 197408192000031002

Malang, 23 Juni 2023

Dosen Pembimbing,



Ahmad Sidi Pratomo, S.H., MA
NIP 198404192019031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG

FAKULTAS SYARIAH

Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399, Faksimile (0341) 559399

BUKTI KONSULTASI

Nama : Rizqyna Ramadhanie
NIM : 19220135
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Ahmad Sidi Pratomo, S.H., MA
Judul Skripsi : Penetapan Harga Pada Transaksi Idol Photocard Album
Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam

No	Hari / Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1.	Kamis, 24 November 2022	Konsultasi Proposal Skripsi	
2.	Kamis, 3 Februari 2023	Konsultasi BAB I	
3.	Jumat, 16 Februari 2023	Revisi BAB I	
4.	Senin, 13 Maret 2023	Konsultasi BAB II-III	
5.	Rabu, 29 Maret 2023	Revisi BAB II-III	
6.	Selasa, 4 April 2023	ACC BAB I-III	
7.	Rabu, 12 April 2023	Konsultasi BAB IV	
8.	Senin, 1 Mei 2023	ACC BAB IV	
9.	Rabu, 17 April 2023	Konsultasi BAB V	
10.	Rabu, 25 Mei 2023	ACC BAB V	

Malang, 23 Juni 2023
Mengetahui,
Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin. M.HI
NIP 197408192000031002




HALAMAN PENGESAHAN

Dewan Penguji Skripsi saudara/i Rizqyna Ramadhani NIM 19220135, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

PENETAPAN HARGA PADA TRANSAKSI IDOL PHOTOCARD ALBUM PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM

Telah dinyatakan lulus dengan nilai A,

dengan penguji :

1. Aditya Prastian Supriyadi, S.H., M.H. ()
NIP 199304292020121003
Ketua Penguji
2. Dr. Burhanuddin Susanto, S.HI., M.Hum. ()
NIP 197801302009121002
Penguji Utama
3. Ahmad Sidi Pratomo, S.H., M.A. ()
NIP 198404192019031002
Sekretaris

Malang, 26 Juni 2023
Dekan Fakultas Syariah

Prof. Dr. Sudirman, M.A.
NIP. 197708222005011003

MOTTO

“Focusing on the present and doing my best to live for tomorrow and in the next day are the only things that i can do now. The future is the future because it hasn't arrived. Time's that not yet to come, what's important to me is the present"

- Kim Namjoon of BTS

(Berfokus pada saat ini dan melakukan yang terbaik untuk hidup untuk hari esok dan hari berikutnya adalah satu-satunya hal yang dapat saya lakukan sekarang. Masa depan adalah masa depan karena belum tiba. Waktunya belum tiba, yang penting bagiku adalah saat ini)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil'alamini, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga dapat memberikan pertolongan dan kemudahan dalam penulisan skripsi yang berjudul **PENETAPAN HARGA PADA TRANSAKSI IDOL PHOTOCARD ALBUM PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM** yang dapat penulis selesaikan dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa kita panjatkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan uswatun khasanah kepada kita semua dalam menjalani kehidupan ini sesuai dengan perintah-Nya. Dengan meneladani beliau, semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafaatnya di hari akhir kelak. Aamiin.

Dengan segala daya dan upaya serta bantuan, bimbingan maupun pengarahan dan hasil diskusi dari berbagai pihak dalam proses penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih tiada batas kepada :

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang;
2. Prof. Dr. Sudirman, M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang;
3. Dr. Fakhruddin. M.HI selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang;

4. Iffaty Nasyiah, M.H., selaku dosen wali selama menempuh kuliah di Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terima kasih penulis haturkan kepada beliau yang telah memberikan bimbingan, saran, serta motivasi selama menempuh perkuliahan dari semester pertama hingga semester akhir.
5. Ahmad Sidi Pratomo, S.H., MA selaku dosen pembimbing skripsi. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada beliau atas arahan serta bimbingan yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dewan penguji penelitian skripsi ini, Penulis mengucapkan terima kasih karena telah memberikan masukan dan juga arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik - baiknya.
7. Segenap Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan pembelajaran, mendidik, membimbing, serta mengamalkan ilmunya. Semoga ilmu yang kami dapatkan dapat bermanfaat dan berguna bagi penulis untuk bekal selanjutnya.
8. Seluruh Staf serta Karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan pelayanan akademik selama menempuh studi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
9. Kedua orang tua penulis, Bapak Ali Mustofa dan Ibu Darwati yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan, motivasi serta semangat dalam menyelesaikan perkuliahan dan juga penulisan skripsi ini dengan baik.
10. Teruntuk kakak saya, Baharudin Mustofa terima kasih atas dukungan serta motivasinya dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman saya Hermes Aura Azkiyah dan Nurul Laily yang selalu membantu dan menemani saya mengerjakan skripsi serta selalu memberikan semangat selama proses menyusun skripsi ini. Semoga Allah senantiasa membalas kebaikannya.
12. Sahabat saya Dian Yuna Amalia, Ani Rahayu Setiani, dan Ayu Candra Nuriza Agustin sahabat penulis dari bangku sekolah. Terima kasih sudah selalu menjadi teman baik dan pendengar yang baik segala keluh kesah penulis, terima kasih untuk selalu memberikan dukungan dan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
13. Teman-teman seperjuangan Program Studi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2019, yang telah bersama-sama melewati perkuliahan dari awal hingga akhir semester. Semoga ilmu yang kita dapatkan menjadi ilmu yang bermanfaat.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungan dan motivasinya dalam memperlancar penulisan skripsi ini, semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan.

Dengan terselesaikan laporan skripsi ini, penulis berharap ilmu yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan di Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang dapat memberikan manfaat bagi kehidupan di dunia dan akhirat. Selain itu, penulis menyadari bahwa penulisan pada skripsi ini mempunyai kekurangan, sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan kedepannya.

Malang, 25 Mei 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rizqyna', with a horizontal line drawn underneath it.

Rizqyna Ramadhania
NIM 19220135

PEDOMAN TRANSLITERASI

Dalam penulisan karya ilmiah, penggunaan istilah asing kerap tidak dihindarkan. Secara umum sesuai Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia kata asing ditulis (dicetak) miring. Dalam konteks Bahasa Arab, terdapat pedoman transliterasi khusus yang berlaku internasional. Berikut ini disajikan tabel pedoman transliterasi sebagai acuan penulisan karya ilmiah.

A. KONSONAN

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut :

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	'	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	th	غ	gh
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	dh	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h

ش	sh	ء	'
ص	s	ي	y
ض	ḍ		

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika hamzah (ء) terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

B. VOKAL

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

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Ḍammah	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أِي	Fathah dan ya	Ai	A dan I
أُو	Fathah dan wau	Au	A dan U

Contoh :

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلٌ : *hauḷa*

C. MADDAH

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آي	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و	Ḍammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh :

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

D. TA MARBŪṬAH

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*. Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl*

المَدِينَةُ الْفَضِيلَةُ : *al-madīnah al-fāḍīlah*

الحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

E. SYADDAH (TASYDĪD)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ) dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh :

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

الْحَجُّ : *al-ḥajj*

نُعَمَّ : *nu''ima*

عَدُوُّ : *'aduwwu*

Jika huruf ى ber-*tasydīd* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf berharakat kasrah (ِ) maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (ī). Contoh :

عَلِيٍّ : *'Alī* (bukan *'Aliyy* atau *'Aly*)

عَرَبِيٍّ : *'Arabī* (bukan *'Arabiyy* atau *'Araby*)

F. KATA SANDANG

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contohnya :

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

G. HAMZAH

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contohnya :

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

H. PENULISAN KATA ARAB YANG LAZIM DIGUNAKAN DALAM BAHASA INDONESIA

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Alquran (dari *al-Qur'ān*), sunnah, hadis, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh :

Fī zilāl al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

I. LAFZ AL-JALĀLAH (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh :

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*

Adapun ta marbūṭah di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh :

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fi raḥmatillāh*

J. HURUF KAPITAL

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya hurufhuruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh :

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fīh al-Qur‘ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūs

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqīẓ min al-Ḍalāl

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
BUKTI KONSULTASI	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
ABSTRAK.....	xxiii
ABSTRACK	xxv
مستخلص البحث.....	xxvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional.....	8
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13

A. Penelitian Terdahulu	13
B. Landasan Teori	17
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Pendekatan Penelitian	35
C. Metode Penentuan Subjek.....	36
D. Jenis dan Sumber Data	36
E. Metode Pengumpulan Data	37
F. Metode Pengolahan Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Hasil Penelitian	41
B. Pembahasan	42
1. Penetapan Harga Pada Transaksi Idol Photocard Album Perspektif Hukum Positif	46
2. Penetapan Harga Pada Transaksi Idol Photocard Album Perspektif Hukum Islam	53
BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan	57
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	62
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi berupa *screenshot*

ABSTRAK

Rizqyna Ramadhania, 19220135. 2023. **Penetapan Harga Pada Transaksi Idol Photocard Album Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam**. Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
Pembimbing : Ahmad Sidi Pratomo, S.H., MA

Kata Kunci : Penetapan Harga, Transaksi, Photocard, Hukum Positif, Hukum Islam

Photocard merupakan salah satu *merchandise* berupa gambar swafoto idola yang berbentuk kartu dari kertas dengan ukuran seperti kartu/*card* pada umumnya (55x85 mm) yang didapatkan dari dalam album sebagai bonus. Biasanya para penggemar yang mengoleksi *photocard* hanya akan membeli album dan mengambil *photocard* nya saja, lalu album dan yang lainnya akan mereka jual dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan harga *photocard*. Dalam permasalahan kali ini beberapa penjual memberi harga *photocard* yang *overpriced* atau lebih mahal kepada konsumen. Hal ini terdapat ketidaksesuaian dengan Hukum Positif pada Perlindungan Konsumen yang salah satu dasarnya ialah keseimbangan dan keadilan.

Mengacu pada latar belakang yang telah dijelaskan, terdapat beberapa masalah yang memerlukan pembahasan mendalam mengenai bagaimana penetapan harga pada transaksi *photocard* perspektif Hukum Positif dan bagaimana penentuan harga pada transaksi *photocard* perspektif Hukum Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data pendekatan empiris menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara. Teknik pengolahan data dilakukan melalui tahap-tahap yaitu pemeriksaan data (*editing*), klasifikasi (*classifying*), verifikasi (*classifying*), verifikasi (*verifying*) dan kesimpulan (*concluding*).

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa pada penetapan harga pada transaksi *Photocard* belum memenuhi kriteria Hukum Positif pada Perlindungan Konsumen. Dan belum memenuhi kriteria dalam pasal 1338 KUH Perdata bahwa suatu kontrak harus menggunakan iktikad yang baik ialah dengan tidak memberikan harga yang terlalu tinggi atau terlalu rendah (sesuai pasaran yang berlaku) dan tidak keterbukaan dari penjual/*seller photocard*. Namun, telah memenuhi kesesuaian dalam pasal 1320 penjual/*seller photocard* dan pembeli *photocard* sama-sama sepakat karena adanya *demand* yang tinggi. Dan penetapan harga pada hukum Islam menjelaskan bahwa tidak ada batas tertentu dalam

pengambilan keuntungan, namun menetapkan harga adalah sesuatu ketidakadilan (*zulm*) yang dilarang dan pihak yang berhak menentukan harga pasar adalah Allah SWT.

ABSTRACT

Rizqyna Ramadhania, 19220135. 2023. **Pricing on Idol Photocard Album Transactions Positive Legal Perspective and Islamic Law**. Thesis. Department of Sharia Economic Law, Faculty of Sharia, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang.
Supervisor : Ahmad Sidi Pratomo, S.H., MA

Keywords : Pricing, Transactions, Idol Photocards Album, Positive Legal, Islamic Law

Photocard is one of the merchandise in the form of idol selfie images in the form of paper cards with sizes like cards / cards in general (55x85 mm) obtained from the album as a bonus. Usually, fans who collect photocards will only buy albums and take the photocards, then they will sell albums and others at a much cheaper price than the price of photocards. In this problem, some sellers give overpriced or more expensive photocard prices to consumers. This is inconsistent with the Consumer Protection Law, one of the principles of which is balance and fairness.

Referring to the background that has been explained, there are several issues that require in-depth discussion of how to set prices on photocard transactions from the perspective of positive law and how to determine prices on photocard transactions from the perspective of Islamic law.

This research is a field research. The approach used is a qualitative descriptive approach. Data sources empirical approach using primary data sources and secondary data. The method of data collection is carried out by interviews. Data processing techniques are carried out through stages, namely data examination (editing), classification (classifying), classification (classifying), verification (verifying) and conclusion (concluding).

Based on the results of the study, it can be concluded that the price fixing of Photocard transactions does not meet the criteria for Positive Law on Consumer Protection. And it does not meet the criteria in article 1338 of the Civil Code that a contract must use good faith, namely by not giving a price that is too high or too low (according to the prevailing market) and not openness from the photocard seller. However, having complied with Article 1320, photocard sellers and photocard buyers both agree because there is high demand. And pricing in Islamic law explains that there is no certain limit in profit making, but fixing prices is something of injustice (zulm) which is prohibited and the party entitled to determine the market price is Allah SWT.

مستخلص البحث

رزقينة رمضاني، ١٣٥٠، ١٩٢٢، ٢٠٢٣. تسعير معاملات ألبوم صور المعبود المنظور القانوني الإيجابي والشريعة الإسلامية: وجهات نظر قانون حماية المستهلك. اطروحة. قسم الشريعة والقانون الاقتصادي، كلية الشريعة، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية، مالانج الحكومية مالانج.

المشرف: أحمد سيدي براتومو، ماجستير

الكلمات المفتاحية: التسعير ، المعاملات ، البطاقة المصورة ، القانون الوضعي ، الشريعة الإسلامية

هي واحدة من البضائع في شكل صور سيلفي المعبود في شكل بطاقات ورقية Photocard التي تم الحصول عليها من الألبوم (م 55x85) بأحجام مثل البطاقات /البطاقات بشكل عام عادة ، يقوم المعجبون الذين يجمعون بطاقات الصور بشراء الألبومات فقط وأخذ بطاقات .كمكافأة الصور ، ثم يبيعون الألبومات وغيرها بسعر أرخص بكثير من سعر البطاقات الفوتوغرافية .في هذه المشكلة ، يعطي بعض البائعين أسعارا مبالغ فيها أو أكثر تكلفة للمستهلكين .وهذا يتعارض مع قانون حماية المستهلك الذي من مبادئه التوازن والإنصاف

بالإشارة إلى الخلفية التي تم شرحها ، هناك العديد من القضايا التي تتطلب مناقشة متعمقة حول كيفية تحديد الأسعار على معاملات بطاقات الصور من منظور القانون الوضعي وكيفية تحديد الأسعار على معاملات بطاقات الصور من منظور الشريعة الإسلامية

هذا البحث هو بحث ميداني .النهج المستخدم هو نهج وصفي نوعي .النهج التجريبي لمصادر البيانات باستخدام مصادر البيانات الأولية والبيانات الثانوية .يتم تنفيذ طريقة جمع البيانات عن طريق المقابلات .يتم تنفيذ تقنيات معالجة البيانات من خلال مراحل ، وهي فحص البيانات (التحرير) والتصنيف (التصنيف) ، والتصنيف (التصنيف) ، والتحقق (التحقق) (والاستنتاج) (الاستنتاج) ،

بناءً على نتائج البحث ، يمكن استنتاج أن تحديد أسعار معاملات بطاقات الصور الفوتوغرافية لا يفي بمعايير القانون الإيجابي بشأن حماية المستهلك .ولا يفي بالمعايير الواردة في المادة 1338 من القانون المدني التي تنص على أن العقد يجب أن يستخدم حسن النية ، أي بعدم إعطاء سعر مرتفع

للغاية أو منخفض للغاية) وفقاً للسوق السائد (وعدم الانفتاح من بائع بطاقات الصور الفوتوغرافية ومع ذلك ، بعد الامتثال للمادة 1320 ، يتفق كل من بائعي بطاقات الصور ومشتريها بسبب ارتفاع الطلب. ويوضح تحديد الأسعار في الشريعة الإسلامية أنه لا يوجد حد معين في جني الأرباح ، ولكن تحديد الأسعار أمر من الظلم (الظلم ممنوع ، والجهة المخولة بتحديد سعر السوق هو الله سبحانه وتعالى.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan pedagang eceran atau peritel meliputi perdagangan yang menjual produk dan jasa langsung kepada konsumen. *Merchandise* adalah produk-produk yang dijual peritel kepada konsumen dalam gerainya kepada konsumen, sedangkan merchandising dapat diartikan sebagai upaya pengadaan dan penanganan barang.¹ *Photocard* merupakan salah satu *merchandise* yang mana dikeluarkan oleh artis atau grup idola tertentu. *Photocard* menjadi barang koleksi yang bernilai sangat tinggi. *Photocard* biasanya didapatkan secara acak dari dalam album yang dirilis oleh sang artis dan merupakan gambar swafoto idola yang berbentuk kartu dari kertas dengan ukuran seperti kartu/*card* pada umumnya (55x85 mm) yang didapatkan dari dalam album sebagai bonus.

Beberapa *merchandise* yang dikeluarkan oleh artis atau grup idola antara lain seperti album, *lighstick*, *season greetings*, *digital book*, *memories*, dan *merchandise* yang lainnya. Para penggemar rela melakukan banyak hal meskipun harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit demi mendukung idola yang mereka sukai. Barang-barang tersebut memiliki harga yang tidak murah, contohnya *group k-pop* yang mengeluarkan album harga yang dipatok berkisaran antara Rp. 300.000 sampai Rp. 800.000 dan didalam album tersebut

¹ Sujana, Asep ST. 2005. *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

terdapat *cover book, cd, photobook, postcard, photocard, lyric card, poster, dan merchandise* lainnya yang setiap albumnya memiliki bonus yang berbeda-beda.

Setiap penggemar yang membeli album akan mendapat *photocard random* atau acak yang di dalam album tersebut pembeli tidak tahu *photocard* siapa yang akan pembeli dapatkan. Ada penggemar yang menginginkan *photocard* untuk mereka kumpulkan sebagai koleksi. Biasanya para penggemar yang mengoleksi *photocard* hanya akan membeli album dan mengambil *photocard* nya saja, lalu album dan yang lainnya akan mereka jual dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan harga *photocard*.

Photocard tidak dijual secara satuan karena *photocard* merupakan hadiah yang diberi secara random saat pembelian album. Dan rata-rata hanya terdapat 1 hingga 3 *photocard* di dalam album atau di *merchandise* lainnya. Dengan menggunakan sistem *random* tersebut menjadikan strategi penjualan album berhasil meningkat, karena tidak sedikit penggemar idol atau artis tersebut rela membeli berpuluh-puluh album hanya untuk mendapatkan *photocard* idola atau artis yang diinginkan dan dijadikan bahan koleksi karena *photocard* tersebut memiliki nilai harga sangat tinggi.

Dalam ilmu ekonomi, kita sering mendengar kata harga dan ruang lingkupnya. Hal ini, kaitannya adalah bagaimana nilai yang menjadi transaksi antara penjual kepada pembeli sebagai penggantian barang atau jasa yang ditukar.² Ridwan Iskandar Sudayat menyatakan bahwa harga suatu barang

² Cindy dan Jeumpa, “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce)*”, Universitas Islam Indonesia, <https://law.uii.ac.id/wp->

adalah tingkat pertukaran barang itu dengan barang lain. Salah satu tugas pokok ekonomi adalah menjelaskan alasan barang-barang mempunyai harga serta alasan barang yang mahal dan murah. Sebagai contoh, gaji dan upah adalah harga jasa bagi seseorang yang bekerja.³ Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk barang dan jasa yang diinginkan.

Harga dalam fiqh Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *as-saman* dan *as-si''r*. *As-saman* adalah patokan harga suatu barang, sedangkan *as-si''r* adalah harga yang berlaku secara aktual di dalam pasar. Ulama fiqh membagi *as-si''r* menjadi dua macam yaitu: Pertama, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar dengan mempertimbangkan keuntungannya.⁴ Menurut Ibnu Taimiyah, salah satu konsep sederhana tentang harga sering kali menggunakan dua istilah saat membahas tentang hal ini yaitu kompensasi yang setara (*,iwadh al-mitsl*) dan harga yang setara (*tsaman al-mitsl*). Harga yang adil menurutnya adalah harga yang setara. Harga yang setara adalah harga standar yang berlaku ketika masyarakat menjual barang-barang dagangannya dan secara umum dapat diterima sebagai sesuatu yang setara bagi barang-barang tersebut atau barang-barang yang serupa pada waktu dan tempat yang khusus. Harga yang setara menurut Ibnu Taimiyah

content/uploads/2016/12/blc-fhuiu-v-01-02-cindy-aulia-khotimah-jeumpa-crisan-chairunnisa-perlindungan-hukum-bagi-konsumen-dalam-transaksi-jual-beli-online-e-commerce.pdf

³ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), h. 61

⁴ Setiawan budi Utomo, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, (Jakarta, Gema Insani, 2003)

adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas, yakni pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran.⁵

Islam merupakan agama paripurna, yang penuh kasih sayang, toleransi dan kebersamaan dalam segala sisi kehidupan yang tidak hanya mengatur masalah ibadah kepada Allah Swt. Namun juga mengatur masalah muamalah, termasuk penetapan harga dan memberikan informasi yang benar kepada orang lain. Bagi penjual tidak boleh meraup keuntungan yang sebesar-besarnya dengan menaikkan harga. Penjual hanya boleh meraup untung yang sewajarnya saja sebagai pengganti atas jasanya. Begitu pula pembeli, meski ada semboyan pembeli adalah raja tetap saja pembeli tidak bisa sewenang-wenang atas barang yang akan dibelinya. Dan dalam hukum Islam tidak menentukan batas keuntungan yang boleh diambil dalam sebuah perdagangan.⁶

Dalam penentuan atau penetapan harga dari barang *photocard* ini tidak sesuai dengan salah satu asas dari Hukum Perlindungan Konsumen yakni seimbang dan adil, karena tidak semua *photocard* dijual dengan harga yang sama walaupun dari album, bahan, tempat produksi yang sama. Terdapat beberapa penjual yang mematok harga *photocard overpriced* atau lebih mahal dari harga yang ada didalam pasaran. Dalam pandangan Hukum Perlindungan Konsumen yang salah satunya berprinsip keseimbangan dan keadilan yang dimaksudkan agar penjual *photocard* menetapkan harga sesuai dengan nilai tukar secara proporsional, tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah, bahkan

⁵ Ahmad Dakhoir dan Itsla Yunisva Aviva, *Ekonomi Islam Dan Mekanisme Pasar (Refleksi Pemikiran Ibnu Taimiyah)*, Cet. Ke-1, (Surabaya: LaksBang PressIndo, 2017), kata pengantar

⁶ Selvira Eka Suci, “*Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Jual Beli Photocard pada Album Kpop*”, Bandung Conference Series: Sharia Economic Law, <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i1.1319>

diharapkan mempunyai standar yang pasti dari nilai produksi yang telah dikeluarkan. Namun masih banyak penjual *photocard* memberikan harga yang diluar batas wajar.

Dikutip dari laman resmi twitter, pada Mei 2023 salah satu *base* warganet Twitter yang mana *base* tersebut sering digunakan untuk curhat, *sharing*, dan menanyakan hal seputar perkolleksian dan *sell buy trade* (sbt) jual beli tukar album dan *photocard* dengan nama @sbtcon yang salah satu postingannya berisikan harga *photocard* salah satu idola *k-pop* Newjeans dengan member Haerin yang penjual tersebut memberikan harga sebesar Rp. 100.000,00 yang mana harga pasar yang ada sekitar Rp. 25.000,00 hingga Rp. 35. 000,00 saja. Dan terjadi hal serupa, pada salah satu warganet Twitter dengan akun bernama @cutiemybie dan @fairywonnennn menggunggah postingan *tweet photocard* yang mereka beli dengan harga *overpriced* atau harga diluar pasaran yang ada.⁷

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen yang memiliki pengertian secara umum perlindungan konsumen adalah sebuah upaya hukum yang didapatkan oleh seorang konsumen yang mana hak yang ia dapat ini dilindungi oleh hukum. Dengan adanya undang-undang tersebut dirasa dapat berguna untuk melindungi apa yang telah menjadi hak-hak konsumen.⁸ Dengan adanya peraturan tersebut diharapkan juga dapat meminimalisir tindakan sewenang-sewang yang dapat merugikan para konsumen yang dilakukan seseorang atau oknum-oknum pelaku usaha tertentu.

⁷ Twitter, diakses pada 19 Mei 2023, pukul 19.38 WIB link <https://twitter.com/sbtcon/status/1658629728050491392?s=20>

⁸ Ahmadi Miru dan Sutaman Yodo, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers: Jakarta, hal 1.

Dalam hal ini, diharapkan dapat meminimalisir penjual/*seller photocard* yang menjual *photocard* tersebut diluar harga pasaran.

Berdasarkan permasalahan yang ada, dapat ditarik kesimpulan penulis tertarik meneliti tentang permasalahan yang berkaitan dengan penetapan harga barang yang berjudul “Penetapan Harga Pada Transaksi Photocard Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penetapan harga pada transaksi *photocard* perspektif Hukum Positif?
2. Bagaimana penetapan harga pada transaksi *photocard* perspektif Hukum Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah menganalisis :

1. Perspektif Hukum Positif mengenai penetapan harga pada transaksi *photocard*
2. Perspektif Hukum Islam mengenai penetapan harga pada transaksi *photocard*

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademis bagi perkembangan pendidikan di bidang ilmu hukum khususnya mengenai Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam mengenai penetapan harga pada transaksi *photocard*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan sebagai referensi untuk berbagai pihak dan sebagai bahan perbandingan pada penelitian selanjutnya pada topik yang sama untuk menyempurnakan penelitian berikutnya. Dan laporan penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan di bidang hukum perlindungan konsumen, khususnya berkaitan dengan perlindungan bagi *collector/buyer photocard* terhadap pemenuhan hak atas penetapan harga menurut perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam.

b. Kalangan Akademis

Laporan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian berkaitan dengan topik yang serupa.

c. Bagi Masyarakat Umum atau Pembaca

Memberikan wawasan atau pengetahuan dan pengalaman praktis dibidang penelitian mengenai penetapan harga khususnya pada *photocard* menurut Hukum Positif dan Hukum Islam serta dapat memberi wawasan baru dan pengalaman dan penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak yang ada di dalam transaksi penetapan harga *photocard* dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Hukum Positif dan Hukum Islam.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah kalimat penjelas yang memberikan suatu arti, mendeskripsikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional terhadap variabel tersebut. Hal ini bertujuan menghindari adanya kesalahpahaman dan kekeliruan yang mana untuk memperoleh gambaran yang jelas dalam pembahasan judul skripsi yang berjudul Penetapan Harga Pada Transaksi Idol Photocard Album Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam, adapun beberapa istilah yang penulis gunakan yaitu :

1) Tinjauan Penetapan Harga

Penetapan menurut terjemahan kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) Artinya adalah proses, cara, perbuatan menetapkan; penentuan; pengangkatan (jabatan); pelaksanaan (janji, kewajiban, tindakan sepihak menentukan kaidah hukum konkret yang berlaku khusus.⁹ Penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang di hasilkan. Tujuan penetapan harga ialah antara lain seperti, memaksimalkan laba, meraih pangsa pasar, pengembalian modal usaha, dan tujuan stabilisasi pasar. Jadi, bukan hanya menjelaskan berdasarkan tingkat keuntungan dan perolehannya saja melainkan juga berdasarkan pertimbangan-pertimbangan non ekonomis lainnya.¹⁰

⁹ Supriadi, “*Penetapan Standar Harga Jual Beli Dalam Konsep Ekonomi Islam*”, (Skripsi UIN Alauddin Makassar, 2013)”, <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/10061/>

¹⁰ Santi Rahmawati, “*Penetapan Harga*”, 7, Desember, 2020 https://mahasiswa.yai.ac.id/v5/data_mhs/tugas/1714190044/10178_65_makalah%20kel%20209%20Penetapan%20Harga-converted.pdf

2) Pengertian *Photocard*

Photocard merupakan salah satu merchandise yang mana dikeluarkan oleh artis atau grup idola tertentu. *Photocard* berupa foto/swafoto dari grup idola atau artis tertentu yang dicetak pada kertas tebal (biasanya menggunakan bahan *Art Carton*) dengan ukuran seperti kartu/*card* pada umumnya (55x85 mm).

Photocard tidak dijual secara satuan karena *photocard* merupakan hadiah yang diberi secara random dan rata-rata hanya terdapat 1 hingga 3 *Photocard* di dalam album atau di merchandise lainnya. Dengan menggunakan sistem random tersebut menjadikan strategi penjualan album berhasil meningkat, karena tidak sedikit penggemar idola atau artis tersebut rela membeli berpuluh-puluh album hanya untuk mendapatkan *photocard* idola atau artis yang diinginkan dan dijadikan bahan koleksi karena *photocard* memiliki nilai harga yang tinggi.

3) Tinjauan Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Positif

Konsumen berasal dari istilah yaitu '*consumer*' yang dapat diartikan yaitu pengguna, pemanfaat dan pemakai suatu barang serta jasa demi tujuan yang diinginkan.¹¹ Hukum apabila dikaitkan dengan konsumen ialah segala perlindungan kepada setiap hak konsumen yang akan selalu diupayakan dari segala faktor penyebab tidak terpenuhinya hak konsumen tersebut. Seorang konsumen harus memahami setiap hak yang dimilikinya. Ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 pada Pasal 4 huruf (b)

¹¹ Barakatullah, Abdul Halim. *Hak-Hak Konsumen*. (Bandung, NusaMedia, 2010), 30.

tahun 1999 menetapkan bahwa konsumen mendapatkan hak guna mendapat barang sesuai dengan nilai tukar. Sebelum konsumen membeli barang, hal utama yang akan diperhatikan oleh konsumen yaitu harga.¹² Harga yang pantas/patut yaitu harga yang berdasarkan kepada norma yang berlaku dan menyesuaikan dengan kebiasaan pada tempat dan pada kalangan tertentu.¹³ Karena, apabila penentuan harga diluar harga pasaran akan mengakibatkan salah satu pihak mengalami kerugian.

4) Tinjauan Hukum Islam

Pengertian hukum Islam atau syariat islam adalah sistem kaidah-kaidah yang didasarkan pada wahyu Allah SWT dan Sunnah Rasul mengenai tingkah laku *mukallaf* (orang yang sudah dapat dibebani kewajiban) yang diakui dan diyakini, yang mengikat bagi semua pemeluknya. Dan hal ini mengacu pada apa yang telah dilakukan oleh Rasul untuk melaksanakannya secara total. Syariat menurut istilah berarti hukum-hukum yang diperintahkan Allah Swt untuk umat-Nya yang dibawa oleh seorang Nabi, baik yang berhubungan dengan kepercayaan (*aqidah*) maupun yang berhubungan dengan *amaliyah*.¹⁴

Menurut Al-Ghazali mengenai “harga yang berlaku”, seperti yang ditentukan oleh praktik-praktik pasar, sebuah konsep yang kemudian hari

¹² Maharani, AA Sagung Agung Sintia, and I. Ketut Markeling. "Akibat Hukum Terhadap Perbedaan Harga Barang Pada Label (Price Tag) Dan Harga Kasir." Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana 2, no.5 (2014): 01-15

¹³ Nasyiah, Iffaty. "Prinsip Keadilan dan Keseimbangan dalam Penentuan Nilai Tukar Barang (Harga) Perspektif Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen." De Jure: Jurnal Hukum dan Syariah 6, no. 2 (2014): 117-127.

¹⁴ Eva Iryani, "Hukum Islam, Demokrasi Dan Hak Asasi Manusia", Universitas Batanghari No.2 (2017) <http://ji.unbari.ac.id/index.php/ilmiah/article/viewFile/357/347>

dikenal dengan *as-saman al-'adil* (harga yang adil) dikalangan ilmuwan muslim atau *equilibrium price* (harga keseimbangan) dikalangan ilmuwan kontemporer.¹⁵ Karena yang terjadi dalam praktik-praktik penetapan harga sekarang yaitu bagaimana menetapkan harga dengan memikirkan terhadap orang lain terhadap keseimbangan harga yang ada dipasaran pada saat ini.

F. Sistematika Pembahasan

Pembahasan pada skripsi ini terdiri dari lima bab. Setiap bab tersebut terdiri dari sub bab yang akan memperjelas ruang lingkup dan permasalahan yang diteliti. Susunan dari masing-masing bab adalah sebagai berikut :

BAB I terdiri dari pendahuluan yang berisi latar belakang masalah yang menjadi awal permasalahan dalam penulisan penelitian ini, kemudian rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu beberapa permasalahan pokok yang ingin diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya berisi tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dengan diadakannya penelitian ini, kemudian di definisi operasional yang menjelaskan beberapa pengertian agar pembaca lebih mudah memahami makna dalam judul skripsi ini. Setelah itu dicantumkan pula sistematika pembahasan yang bertujuan untuk mempermudah dalam melakukan penulisan penelitian ini.

BAB II terdiri dari tinjauan pustaka yang di dalamnya membahas mengenai penelitian terdahulu yang bertujuan agar skripsi ini berbeda dengan penelitian terdahulu sehingga terhindar dari plagiasi. Selain itu,

¹⁵ Adiwarmarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed. 3, Cet. Ke-2, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 290.

terdapat penjelasan tentang kajian teori yang bersangkutan dengan penelitian ini, yang bertujuan sebagai landasan dasar hukum, baik dari Al-Qur'an dan hadist, maupun undang-undang dalam penelitian ini.

BAB III terdiri dari metodologi penelitian yang menjelaskan tentang cara atau metode yang dilakukan oleh peneliti dalam memperoleh data yang berupa jenis penelitian, pendekatan, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan data.

BAB IV mengenai hasil dari penelitian serta pembahasannya. Bab ini adalah inti dalam penelitian ini karena di bab ini kita bisa menemukan jawaban dari rumusan masalah yang ada di penelitian ini. Dalam bab ini juga dapat menghasilkan produk hukum baru yang sebelumnya belum diketahui.

BAB V berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan. Selain itu, terdapat saran langsung maupun tidak langsung dalam penelitian ini sehingga mampu untuk meningkatkan penelitian yang jauh lebih baik lagi kedepannya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai salah satu upaya yang dilakukan peneliti dalam rangka mengetahui persamaan dan perbedaan dari aspek objek yang diteliti dalam penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penulis melakukan tinjauan pustaka yang berkaitan dengan tema-tema yang relevan dengan judul penulis. Terdapat banyak penelitian yang berkaitan dengan Penetapan Harga maka dari itu penulis berusaha melakukan telaah pustaka terlebih dahulu agar tidak terjadi kesamaan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Adapun hasil dari beberapa penelitian yang dijadikan sebagai bahan rujukan penelitian, diantaranya adalah :

Pertama, karya ilmiah berupa skripsi dengan judul “Penetapan Harga Makanan di Tenant PT KAI Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Pemikiran Ibnu Khaldun (Studi kasus penumpang kereta api di Stasiun Tulungagung)” ditulis oleh Vivi Alvitur Rohmah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2018.¹⁶ Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang berfokus pada perbedaan harga jual makanan di Stasiun Tulungagung. Karena adanya pandangan dari penumpang kereta api di Stasiun Tulungagung mengenai harga makanan di *tenant* Stasiun Tulungagung yang lebih mahal dari harga yang ada

¹⁶ Vivi Alvitur Rohmah, “Penetapan Harga Makanan di Tenant PT KAI Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Pemikiran Ibnu Khaldun (Studi kasus penumpang kereta api di Stasiun Tulungagung)”, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2018, <http://repo.uinsatu.ac.id/pdf>

di luar wilayah Stasiun Tulungagung yang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan ditinjau dari pemikiran Ibnu Khaldun.

Kedua, karya ilmiah yang berupa skripsi dengan judul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Penetapan Harga Ikan Teri (Studi Kasus Pada Pasar Sambu)” ditulis oleh Julianti Monica Simanjuntak, Universitas Hindu Negeri Medan, 2020.¹⁷ Penelitian ini merupakan penelitian normatif berfokus pada Pandangan UU No.8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen karena terjadinya ketidakstabilan harga pasar dan kurangnya pengetahuan konsumen tentang bagaimana metode penentuan harga ikan teri, akan kondisi tersebut dimanfaatkan oleh penjual ikan yang tidak mengenal nilai kemanusiaan di Pasar Sambu yang hanya memikirkan keuntungan materi dan menonjolkan keegoisannya tanpa melihat lingkungan sekitar hingga akhirnya konsumen dirugikan.

Ketiga, karya ilmiah yang berupa skripsi dengan judul “Perjanjian Penetapan Harga Oleh Persatuan Percetakan Photocopy Marpoyan (P3M) Di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Hukum Perlindungan Konsumen” yang ditulis oleh Karina Lukman Hakim, Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2020.¹⁸ Penelitian ini

¹⁷ Julianti Monica Simanjuntak, “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Penetapan Harga Ikan Teri (Studi Kasus Pada Pasar Sambu)*”, Universitas Hindu Negeri Medan, 2020 <https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/5707/JULIANTI%20MONICA%20SIMANJUNTAK.pdf?sequence=1&isAllowed=yf>

¹⁸ Karina Lukman Hakim, “*Perjanjian Penetapan Harga Oleh Persatuan Percetakan Photocopy Marpoyan (P3M) Di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Hukum Perlindungan Konsumen*”, Universitas Islam Riau Pekanbaru 2020 <https://repository.uir.ac.id/9734/1/161010339.pdf>

merupakan merupakan penelitian lapangan yang berfokus pada UU No.8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen. Yang mana para konsumen dari *photocopy* mengalami kerugian karena adanya perjanjian penetapan harga pada Persatuan Percetakan Photocopy Marpoyan (P3M) dan hal tersebut menimbulkan tidak terpenuhinya hak dari konsumen berupa hak untuk memilih produk barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan kemudian harga yang dibayarkan konsumen lebih tinggi dibandingkan harga pada pelaku usaha bersaing secara kompetitif.

Untuk memudahkan pemahaman dan penjelasan mengenai persamaan dan perbedaan antara berbagai judul penelitian terdahulu yang telah diuraikan dengan penelitian ini, penulis memaparkannya dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Table 2.1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Vivi Alvitur Rohmah	<i>Penetapan Harga Makanan di Tenant PT KAI Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan</i>	a) Mengkaji mengenai penetapan harga b) Mengkaji dengan menggunakan metode empiris (penelitian lapangan) c) Pendekatan teori hukum yang digunakan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang	a) Objek penelitian tersebut pada penumpang/ pelanggan KAI sedangkan penulis dengan penjual <i>photocard</i>

		<i>Konsumen dan Pemikiran Ibnu Khaldun (Studi kasus penumpang kereta api di Stasiun Tulungagung)</i>	Perlindungan Konsumen.	
2.	Julianti Monica Simanjuntak	<i>Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Penetapan Harga Ikan Teri (Studi Kasus Pada Pasar Sambu)</i>	a) Mengkaji mengenai penetapan harga b) Pendekatan teori hukum yang digunakan Perlindungan Hukum Konsumen Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999	a) Mengkaji dengan menggunakan metode normatif b) Objek Penelitian berupa penetapan harga pada Ikan Teri di Pasar Sambu
3.	Karina Lukman Hakim	<i>Perjanjian Penetapan Harga Oleh Persatuan Percetakan Photocopy Marpoyan (P3M) Di Kecamatan Marpoyan</i>	a) Mengkaji mengenai penetapan harga b) Mengkaji dengan menggunakan metode empiris (penelitian lapangan) c) Pendekatan teori hukum yang digunakan Perlindungan	a) Objek Penelitian pada Percetakan Photocopy Marpoyan di Pekanbaru

		<i>Damai Kota Pekanbaru Ditinjau Dari Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Hukum Perlindungan Konsumen</i>	Hukum Konsumen Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999	
--	--	---	---	--

B. Landasan Teori

1) Penetapan Harga Perspektif Hukum Positif

a. Penetapan Harga

Pada umumnya, harga menjadi salah satu bagian paling krusial bagi sejumlah produsen tak terkecuali konsumen. Menurut Ridwan Iskandar Sudayat harga adalah tingkat pertukaran barang dengan barang lainnya yang digunakan sebagai perantara untuk mendapatkan produk tersebut.¹⁹ Dan menurut Kotler dan Amstrong harga merupakan bauran pokok pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan, dan menjadi fragmentaris termudah dalam penyesuaian program pemasaran, *Product Features* serta perubahan harga pasar. Selain itu, harga juga diartikan dengan penarikan atau penetapan sejumlah uang atas suatu produk dan jasa dalam memperoleh manfaat dari keduanya.²⁰

¹⁹ Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Ed.8 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2001), 439-440.

²⁰ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi, (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, (Bandung:

Prof. DR. H. Buchari Alma mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan *utility* merupakan konsep yang paling berhubungan. Yang dimaksud dengan *utility* ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). *Value* adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Sekarang ini ekonomi kita tidak melakukan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Jadi harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.²¹ Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Dan harga merupakan unsur satu-satunya dari unsur pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan dibanding unsur bauran pemasaran yang lainnya (produk, promosi, dan distribusi).²²

Penetapan harga adalah penetapan dari suatu barang. Apabila nilai harga barang itu terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun apabila harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh penjual. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa penetapan harga ialah suatu proses untuk menentukan

Pustaka Setia, 1997),151.

²¹ Prof. DR. H. Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung :CV ALFABETA, 2005), h, 169

²² Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andy Offset 2001), h. 151.

seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang di hasilkan.

Secara keseluruhan penetapan harga yang ideal dan baik adalah harga yang tidak memunculkan eksploitasi dalam bentuk apapun yang bersifat penindasan (kedzaliman) yang berujung pada kerugian salah satu pihak dan menguntungkan sebagian pihak yang lain.²³ Harga harus merepresentasikan keadilan dalam memperoleh kemanfaatan barang baik untuk pembeli maupun pedagang, dimana pedagang mendapatkan hasil atau keuntungan wajar sedangkan pembeli bisa merasakan manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya. Tidak hanya dalam ranah kerugian antar pedagang dengan pembeli tetapi juga berlaku antar pedagang satu dengan pedagang lainnya dalam persaingan usaha.²⁴

b. Konsumen

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 1 angka 2, *“Konsumen adalah setiap orang pemakai barangdan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk di perdagangkan”*.²⁵

Berikut pengertian konsumen menurut para ahli :

²³ Adimarwan Azhar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 353.

²⁴ Yolandari, *Tinjauan Ekonom Islam Terhadap Penetapan Harga Penjual Bat Bata di Desa Sinar Pagi Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur*, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 53

²⁵ Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 1 angka 2

1. Menurut Philip Kotler dalam bukunya *Prinsipleas Of Marketing* adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk di konsumsi pribadi, Konsumen atau Pelanggan adalah orang yang membeli barang atau jasa secara berulang.
2. Menurut Dewi, Konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk atau jasa yang dipasarkan.
3. Menurut Sri Handayani, Konsumen (sebagai alih Bahasa dari Consumen), secara harfiah berarti "*seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang atau menggunakan jasa dalam berbagai perundang-undangan negara*".

c. Hukum Perlindungan Konsumen

Pengertian Perlindungan Konsumen dijelaskan dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 yang menyebutkan bahwasanya, "*Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk member perlindungan kepada konsumen.*" Secara umum, perlindungan konsumen adalah sebuah upaya hukum yang didapatkan oleh seorang konsumen mana hak yang ia dapatkan ini telah dilindungi oleh hukum. Terdapat Undang-Undang yang mana telah mengatur perihal mengenai permasalahan tersebut yaitu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Dengan adanya undang-undang tersebut dirasa dapat berguna untuk melindungi apa yang telah menjadi hak-hak konsumen yang apabila ada produsen yang lari dari tanggung jawabnya

dalam menjual barang miliknya. Dan dengan adanya peraturan tersebut diharapkan juga dapat meminimalisir tindakan sewenang-sewang yang dapat merugikan para konsumen yang dilakukan seseorang atau oknum-oknum pelaku perusahaan tertentu.²⁶

Beberapa ahli yang berpendapat mengenai pengertian perlindungan hukum, diantaranya antara lain :

1. Sidabalok

Menurut pendapat Sidabalok, perlindungan konsumen merupakan keseluruhan peraturan hukum yang mengatur dan membahas mengenai hak dan kewajiban konsumen serta produsen yang ada setelah melakukan perjanjian jual beli antar keduanya yang dimana mengatur upaya penjaminan terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.²⁷

2. Mochtar Kusumaatmadja

Menurut pendapat Mochtar, hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas serta kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan permasalahan dalam penyediaan dan penggunaan produk barang dan/atau jasa, antara produsen dan konsumen.

3. A.Z Nasution

Menurut pendapat Nasution, hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan

²⁶ Ahmadi Miru dan Sutaman Yodo, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali pers: Jakarta, hal 1.

²⁷ Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hal 17.

melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.²⁸

Berdasarkan uraian di atas, tujuan dari hukum perlindungan konsumen mengatur dan melindungi kepentingan konsumen atas barang dan/atau jasa yang ada di masyarakat. Perlindungan konsumen atas barang dan harga dimaksudkan sebagai perlindungan konsumen dari pengguna barang dengan kualitas yang dibawah standar atau kualitas yang lebih rendah dari pada nilai harga yang dibayar. Dengan perlindungan yang demikian ini, maka konsumen tidak akan diberikan barang dengan kualitas yang lebih rendah daripada harga yang dibayarnya.²⁹

Ketentuan-ketentuan hukum perlindungan konsumen tersebut terdapat dalam beberapa ketentuan peraturan perundang-undangan dalam hukum perdata, hukum pidana, hukum administrasi. Perlindungan konsumen terbentuk dari pola hubungan antara beberapa unsur utama yang terkait di dalamnya. Hubungan tersebut tercipta dari suatu perikatan bisnis yang menimbulkan akibat hukum. Dalam hukum perlindungan konsumen, pengertian akibat hukum tidak hanya berhenti setelah terjadinya kesepakatan para pihak melainkan perlu ditindak lanjuti hingga pasca terjadinya kesepakatan tersebut. Artinya, meskipun bisnis telah dinyatakan

²⁸ A.Z Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Daya Widya: Jakarta, 2000

²⁹ Sudjana dan Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen* (Bandung: Buku-buku Ilmu Hukum).

selesai, namun pihak konsumen tetap berhak mendapatkan perlindungan hukum.

Sumber yang digunakan dalam Hukum Perlindungan Konsumen tidak hanya UUPK saja. Tetapi dilihat secara utuh atau keseluruhan dalam kerangka hukum di Indonesia. Karena hukum memiliki arti, sebuah sistem yang mana merupakan suatu kesatuan tatanan yang memiliki satu kesatuan yang utuh. Dan setiap unsur dan bagian yang ada didalamnya melengkapi satu dengan yang lain untuk mencapai tujuan yang sama.³⁰

d. Asas-Asas Hukum Perlindungan Konsumen

Asas hukum merupakan pikiran dasar yang sifatnya umum atau merupakan latar belakang dari peraturan yang konkret yang terdapat dalam dan di belakang setiap sistem hukum yang terjelma dalam peraturan perundang-undangan dan putusan hakim yang merupakan hukum positif dan dapat diketemukan dengan mencari sifat umum dalam peraturan konkret tersebut. Jadi, asas hukum bukanlah kaidah hukum yang konkret, melainkan merupakan latar belakang peraturan konkret dan bersifat umum atau abstrak.³¹

Pada pasal 2 UUPK menyebutkan bahwa :

“Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.”

³⁰ Agus Suwandono, S.H., LL.M., *Modul I: Ruang Lingkup Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Terbuka, Jakarta, 2015, hal 1.21-1.25.

³¹ Sudikno Mertokusumo, 2003, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta.

Penjelasan Pasal 2 UUPK menyebutkan bahwa Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional. Beberapa asasnya antara lain :

1. Asas Manfaat

Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan (Penjelasan Pasal 2 UUPK). Segala upaya dalam perlindungan konsumen hendaknya harus memberikan manfaat baik bagi konsumen dan pelaku usaha. Bagi konsumen pemberlakuan UUPK yang mengatur mengenai hak dan kewajiban telah mempertegas posisinya sebagai konsumen yang dilindungi oleh hukum. Selain itu, pemberlakuan UUPK juga telah memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menuntut haknya apabila dirugikan oleh pelaku usaha. Sedangkan bagi pelaku usaha pemberlakuan UUPK tidaklah dimaksudkan untuk mematikan kegiatan usaha pelaku usaha, namun justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.

2. Asas Keadilan

Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil (Penjelasan Pasal 2 UUPK). Melalui pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen ini, diharapkan konsumen maupun pelaku usaha dapat mendapatkan dan memperjuangkan hak-hak secara adil sebagaimana telah ditentukan dalam UUPK.

3. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual (penjelasan Pasal 2 UUPK). Penyelenggaraan perlindungan konsumen diharapkan dapat mengakomodir segala macam kepentingan-kepentingan baik konsumen, pelaku usaha dan pemerintah secara seimbang, baik dari aspek regulasi maupun penegakan norma-norma perlindungan konsumen.

4. Asas Keamanan dan Keselamatan

Asas keamanan dan keselamatan dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan (Penjelasan Pasal 2 UUPK). Penyelenggaraan perlindungan konsumen diharapkan

memperhatikan aspek-aspek keamanan dan keselamatan bagi konsumen. Dalam mewujudkan keamanan dan keselamatan konsumen atas barang dan/atau jasa diawali dengan membuat regulasi yang baik, standarisasi, serta optimalisasi lembaga-lembaga pengawas.

5. Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum (Penjelasan Pasal 2 UUPK). Pemberlakuan UUPK diharapkan dapat memberikan pedoman yang pasti terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia. Semua pihak harus menjalankan hak dan kewajiban sesuai dengan apa yang telah ditentukan. Penegakan hukum terhadap pelanggaran penyelenggaraan perlindungan konsumen dilaksanakan sesuai dengan aturan yang telah ditentukan, dengan tetap memperhatikan keadilan serta kemanfaatan bagi para pihak.

Ahmadi Miru dan Sutaraman Yado mengemukakan bahwa substansi Pasal 2 UUPK serta penjelasannya, menunjukkan bahwa perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah negara Republik Indonesia. Hal ini juga sesuai dengan penjelasan umum dalam UUPK, bahwa UUPK ini dirumuskan dengan

mengacu kepada filosofi pembangunan nasional. Dan mengemukakan bahwa kelima asas yang terdapat dalam Pasal 2 UUPK, jika dilihat dari substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas, yakni asas:

- 1) kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen;
- 2) keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan; dan
- 3) kepastian hukum.³²

2) Penetapan Harga dalam Hukum Islam

a. Harga

Harga dalam perspektif fiqh Islam mempunyai dua mata sisi yang berbeda yaitu *As-sir* dan *as-Saman*. *As-saman* diartikan sebagai tolak ukur harga dari segi barang sedangkan *As-si'r* merupakan aktualisasi harga yang berlaku dipasar. *As-Sir* oleh ulama fiqh dibagi menjadi dua bentuk yaitu pertama, berlakunya harga secara alami tanpa adanya intervensi dari pemerintah, artinya terdapat kebebasan bagi pedagang dalam menjual barang dengan mempertimbangkan keuntungan dan harga yang wajar. Kedua, harga yang telah di intervensi oleh pemerintah tentunya dengan mengukur pertimbangan modal dan penghasilan yang sewajarnya bagi produsen ataupun pedagang serta menilai keadaan nyata

³² Ahmadi Miru dan Sutarman Yado, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada

ekonomi dan daya beli masyarakat atau biasa disebut disebut dengan *At-tas 'ir Al-jabbari*.³³

Dalam sejarah Islam masalah penentuan harga dibebaskan berdasarkan persetujuan khalayak masyarakat.³⁴ *Tas'ir* adalah membatasi harga di pasaran, tidak boleh menjual dengan diluar harga yang telah ditetapkan. Ada dua macam *tas'ir* yaitu pertama, apabila harga di pasaran dibatasi dengan zalim. Padahal pedagang menjual dengan harga yang wajar. Kalaupun terjadi kenaikan harga, maka itu terjadi karena keterbatasan stok atau karena besarnya *demand* (permintaan).

Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.³⁵ Ibnu Taimiyah menyatakan : “Besarnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah”.³⁶ Menurut Adiwarman Karim bahwa penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak

³³ Setiawan Bundi Otomo, *Fiqih Aktual, (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, Jakarta: Gfma Insani, 2003), 83

³⁴ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* (tt : Erlangga, 2012), h. 172

³⁵ Ir.Adiwarman Karim, SE,MA. *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta : Penerbit III T Indonesia, 2003) hal. 236

³⁶ Ibnu Taimiyah, *Al-Hisbah* (Cairo : Darul Sya'b, 1976) h. 24

yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.³⁷

Menurut pembicaraan AI-Ghazali mengenai harga tidak lepas dari konsep yang dikenal dengan *at-tsaman al-'adil* (harga yang adil) menurut cendekiawan muslim, dan *equilibrium price* (keseimbangan harga) menurut cendekiawan moderen.³⁸ Al-ghazali menuturkan terkait adanya penawaran dan permintaan dimana kenaikan dan rendahnya harga di akibatkan oleh tingkat penawaran dan permintaan. Dan apabila ada pembatasan harga dalam kondisi tersebut termasuk bentuk kezaliman karena terdapat paksaan tanpa jalan yang benar.

Dalam hadis Anas bin Malik telah telah disebutkan yang berbunyi,

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَخَذُ مِنْكُمْ
بُطْلَانِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Bahwasannya, “*Sesungguhnya Allah yang pantas menaikkan dan menurunkan harga, Dialah yang menahan dan melapangkan rizqi. Aku harap dapat berjumpa dengan Allah dan tidak ada satupun dari kalian yang menuntutku karena kezaliman pada darah dan harta*”.³⁹

Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga.

Tingkat harga terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti⁴⁰ :

1. Kondisi Perekonomian

³⁷ Adiwarmarman Azwar Karim, SE, MA, *op. cit.*, h. 236

³⁸ Adiwarmarman Azwar Karim, SE, MA, *op. cit.*, h. 290.

³⁹ HR. Abu Dawud no. 3451, Tirmidzi no 1341, Ibnu Majah no. 2200

⁴⁰ Basu Swastha DH, Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*, hal. 242

Kondisi perekonomian mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada periode resesi misalnya, merupakan suatu periode dimana harga berada pada suatu tingkat yang lebih rendah.

2. Penawaran dan Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga yang tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta akan semakin besar. Sedangkan penawaran adalah merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya, harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan sebelumnya.

3. Elastisitas Permintaan

Sifat elastisitas permintaan pasar ini tidak hanya mengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik, artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.

4. Persaingan

Dalam harga jual terdapat beberapa macam barang yang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada.

5. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian, begitupun sebaliknya.

6. Tujuan

Tujuan-tujuan yang hendak dicapai antara lain ialah mendapatkan laba maksimum, mencapai volume penjualan tertentu, penguasaan pasar, dan kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu.

7. Pengawasan pemerintah

Pengawasan Pemerintah merupakan salah satu faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat berbentuk seperti halnya penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktik-praktik lain yang mendorong atau memecah usaha-usaha ke arah monopoli.

b. Macam-Macam Harga dalam Islam

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

1. Penetapan Harga yang Tetap

Penetapan harga yang tetap disini maksudnya adalah harga yang secara langsung ditentukan oleh pihak pemerintah, hal ini merupakan salah satu praktek yang tidak diperbolehkan agama Islam. Pemerintah

tidak memiliki hak wewenang untuk menentukan harga tetap sebuah komoditas kecuali pemerintah telah menyediakan pada para pedagang jumlah yang cukup untuk dijual dengan menggunakan harga yang ditentukan.

عن أنس بن مالك رضي الله عنه مرفوعاً: قال الناس: يا رسول الله، غلَّ السَّعْرُ فسَعَّرْ لنا فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «: إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ، وَإِنِّي لأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمُظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ»
رواه أبو داود والترمذي وابن ماجه وأحمد [صحيح]

Artinya :

Dari Anas, ia berkata: Orang-orang berkata, “*Wahai Rasulallah, harga telah naik, maka tetapkanlah harga untuk kami.*” Lalu Rasulallah SAW bersabda, “*Sesungguhnya Allah yang menetapkan harga, yang mempersempit dan memperluas, dan aku berharap bertemu dengan Allah sedangkan salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezhaliman dalam darah atau harta*” (Shahih: Ibnu Majah).⁴¹

2. Harga yang Adil

Menurut para hakim, harga yang adil adalah harga yang dibayar untuk objek yang sama yang diberikan pada waktu dan tempat diserahkan. Para hakim juga sering menggunakan istilah tsaman al-mithl (harga yang setara /equivalen price). Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang

⁴¹ Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Terjemah Hadist Shahih Sunan Ibnu Majah*, (Pustaka Azzam)

islami. Pada prinsipnya transaksi harus dilakukan pada harga yang adil, sebab cermin dari komitmen syariat islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penimbunan (kedzaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil yaitu memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.

Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Karenanya jika mekanisme pasar terganggu, maka harga yang adil tidak akan tercapai. Demikian pula sebaliknya harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna. Jika harga tidak adil, maka pelaku pasar enggan untuk bertransaksi atau terpaksa tetap bertransaksi dengan menderita kerugian. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan tentang konsep-konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.⁴²

⁴² Pusat Pengkajian Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 331.

BAB III

METODE PENELITIAN

Kata metode dan metodologi merupakan dua kata yang memiliki arti yang berbeda. Metode sendiri berarti menunjukkan pada teknik penelitian yang digunakan seperti *survey*, wawancara dan observasi. Adapun kata metodologi berasal dari Bahasa Yunani yaitu '*methodologia*' yang berarti teknik atau prosedur.⁴³ Penelitian merupakan suatu penelitian yang terorganisasi dan kritis dalam mencari fakta untuk menemukan sesuatu. Kata penelitian sendiri merupakan terjemahan dari Bahasa Inggris yang terdiri dari kata *re* yang memiliki arti kembali dan *to search* artinya mencari. Pengertian penelitian yang diungkapkan oleh beberapa ahli, salah satunya menurut John, penelitian adalah pencarian fakta menurut metode objektif yang jelas untuk menemukan hubungan antara fakta dan menghasilkan dalil atau hukum tertentu.⁴⁴

Dalam melakukan suatu penelitian diperlukan metode yang sesuai dengan perkara yang diteliti, agar penelitian dapat berhasil dilakukan dan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan menggunakan teknik tertentu, maka seorang peneliti akan mendapatkan kebenaran yang obyektif dan terarah dengan baik. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

⁴³ Joenaidi Effendi dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normative dan Empiris*, (Depok: Prenadamedia Group, 2016) h. 2

⁴⁴ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian Literasi* (Yogyakarta: Media Publishing, 2015) h. 4-5

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan jenis penelitian yuridis empiris. Penelitian yuridis empiris ini adalah suatu metode penelitian hukum yang berfungsi untuk melihat hukum dalam artian nyata dan meneliti bagaimana bekerjanya hukum di lingkungan masyarakat.⁴⁵ Terjadinya penelitian yuridis empiris dikarenakan adanya ketidakseimbangan antara peraturan hukum dan fakta yang ada dilapangan.

Berdasarkan pada penelitian tersebut peneliti memilih jenis penelitian yuridis empiris untuk mengetahui bagaimana penetapan harga pada transaksi idol *photocard* album yang sesuai dengan Hukum Positif dan Hukum Islam.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, penelitian kualitatif bertujuan untuk mencari makna, pemahaman, pengertian, suatu fenomena, kejadian secara teliti, kontekstual dan menyeluruh disusun tahap demi tahap untuk kemudian disimpulkan dari awal hingga akhir. Peneliti mencoba mengumpulkan informasi melalui interaksi dengan pihak-pihak yang bersangkutan pada fenomena yang terjadi.⁴⁶

Hal yang diteliti menggunakan metode kualitatif dalam penelitian ini adalah bagaimana penetapan harga beberapa *seller photocard* pada akun diary553, PinkPeach, dan Sunset1905 pada perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam.

⁴⁵ Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Bandung: Mandar Maju, 2008), 121.

⁴⁶ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana 2017), h. 328

C. Metode Penentuan Subyek

Obyek penelitian ini adalah beberapa *Grup Order* yang beralamatkan di Bandung, Tangerang, dan Purwokerto. Namun, terkait jarak yang tidak memungkinkan untuk bisa meneliti secara langsung maka peneliti dan pemilik akun *seller photocard* tersebut memutuskan untuk melakukan penelitian secara online yakni dengan melalui komunikasi lewat aplikasi resmi dengan masing-masing pemilik akun *seller photocard* tersebut.

D. Jenis dan Sumber Data

Data penelitian kualitatif pada umumnya berupa data lunak (*soft data*) yang berupa kata, ungkapan, kalimat dan tindakan.⁴⁷ Penelitian yang penulis lakukan merupakan penelitian *field research*, maka dari itu data-data yang diperoleh sebagai sumber bahan penelitian skripsi ini. Penulis menggunakan dua sumber yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh subjek yang akan diteliti dan data terbaru. Data primer dalam penelitian ini pada akun *seller photocard* diary553, PinkPeach, dan Sunset1905 dengan melalui komunikasi lewat aplikasi *chat* resmi masing-masing pemilik akun *seller* tersebut.

2. Sumber Data Sekunder

⁴⁷ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (T.tp.:T.pn., t.t), h. 107

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber literatur-literatur berupa jurnal *online*, buku-buku, *e-book*, *website*, artikel *online* yang berkaitan dengan pembahasan.

E. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan hasil dari penelitian ini, peneliti memakai metode pengumpulan data *field research* (penelitian lapangan) maka dari itu diperlukan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara

Bentuk wawancara ini adalah mengungkap dan mendapatkan data dengan menggunakan metode tanya jawab terhadap hal-hal yang menjadi kajian dalam penelitian ini. Untuk pertanyaan-pertanyaan telah peneliti siapkan yang tersusun dengan menggunakan bahasa informal. Peneliti mewawancarai pemilik akun diary553, PinkPeach, dan Sunset1905 sendiri yakni Niken, Kharisma, dan Ninit melalui *direct message* dan aplikasi media sosial.

Adapun draft pertanyaan yang peneliti ajukan adalah sebagai berikut :

1.	Bagaimana sistem penetapan harga photocard yang ada di GO ini (nama toko masing-masing seller)?
2.	Mengapa penetapan harga photocard tiap idola atau artis memiliki harga yang berbeda-beda?
3.	Faktor apa saja yang mempengaruhi harga pada photocard itu lebih mahal daripada album itu sendiri atau <i>merchandise</i> yang lain?
4.	Mengapa photocard lebih diminati oleh penggemar daripada <i>merchandise</i> yang lain?

Tabel 1. Pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber.

2. Dokumentasi

Metode Dokumentasi adalah cara pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, jurnal, artikel, dan foto. Dalam hal ini bahan-bahan yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dari temuan-temuan peneliti secara online melalui akun *seller photocard* diary553, PinkPeach, dan Sunset1905 yang kemudian dianalisa dengan Hukum Positif dan Hukum Islam. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dokumentasi dengan cara *screenshot* percakapan pada *direct message* masing-masing pemilik akun *seller photocard* tersebut.

F. Metode Pengolahan Data

Dalam metode pengolahan data dilakukan sesuai dengan pendekatan penelitian yang digunakan. Metode tersebut dilakukan dengan cara memaparkan data dalam kalimat yang efektif, teratur dan logis sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Dengan begitu, peneliti akan memperoleh suatu kesimpulan yang mudah untuk dipahami. Adapun beberapa metode pengolahan data yang digunakan, antara lain :

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Pada tahap ini, peneliti melakukan pemeriksaan ulang dari data-data yang diperoleh, baik melalui wawancara dengan informan ataupun bahan kepustakaan. Apabila terdapat kekurangan data yang

dilakukan segera untuk memperbaikinya dari aspek kelengkapan, relevansi ataupun kejelasan terhadap data-data yang lain.

2. Klasifikasi (*Classifying*)

Pada tahapan klasifikasi dilakukan dengan cara mengelompokkan data-data dari hasil pemeriksaan data (*editing*) agar sesuai dengan kategori sub bab dalam penelitian. Selain itu, juga memilih kaidah hukum yang berkaitan dengan penelitian ini sehingga data yang diperoleh menjadi data yang objektif.

3. Verifikasi (*Verifying*)

Dalam tahapan verifikasi peneliti melakukan pemeriksaan terhadap kevalidan data yang diperoleh untuk menghindari kesalahan lebih lanjut dalam tahapan analisis data.

4. Analisis (*Analyzing*)

Analisis data dilakukan berdasarkan perolehan data observasi di lapangan dengan mengacu teori yang sudah ada. Tujuannya untuk menguraikan dan menjelaskan data terkait penjualan *photocard* yang diluar harga pasaran (*overpriced*) dengan melihat perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam.

5. Kesimpulan (*Concluding*)

Kesimpulan merupakan tahapan terakhir dalam pengolahan data. Maka, peneliti akan menjelaskan hasil dari pengumpulan dan analisis data yang dijadikan dalam ringkasan/simpulan dengan bahasa yang lugas dan mudah dipahami.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Photocard

Photocard merupakan salah satu merchandise yang mana dikeluarkan oleh artis atau grup idola tertentu. *Photocard* berupa foto/swafoto dari grup idola atau artis tertentu yang dicetak pada kertas tebal (biasanya menggunakan bahan *Art Carton*) dengan ukuran seperti kartu/*card* pada umumnya (55x85 mm).

Merchandise adalah produk-produk yang dijual peritel kepada konsumen dalam gerainya kepada konsumen, sedangkan merchandising dapat diartikan sebagai upaya pengadaan dan penanganan barang.⁴⁸

Photocard tidak dijual secara satuan karena *photocard* merupakan hadiah yang diberi secara random dan rata-rata hanya terdapat 1 hingga 3 *Photocard* di dalam album atau di merchandise lainnya.

Dengan menggunakan sistem random tersebut menjadikan strategi penjualan album berhasil meningkat, karena tidak sedikit penggemar idol atau artis tersebut rela membeli berpuluh-puluh album hanya untuk mendapatkan *photocard* idol atau artis yang diinginkan dan dijadikan bahan koleksi karena bernilai sangat tinggi atau pun mengoleksinya untuk memenuhi rasa kebahagiaan. Karena adanya sistem *random* tersebut,

⁴⁸ Sujana, Asep ST. 2005. *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

demand (permintaan) dari penggemar akan *photocard* setiap idola atau artis pun beragam berdasarkan tingkat popularitas idola tersebut dan tingkat limitasi dari jumlah *photocard* yang tersedia di seluruh dunia dan menjadikan kesenjangan harga yang sangat mencolok antara idola atau artis yang memiliki popularitas rendah, sedang, hingga dengan yang tinggi.⁴⁹

2. Hasil Wawancara

a. Penetapan Harga Pada Transaksi Idol Photocard Album

Penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang dihasilkan.⁵⁰ Adapun beberapa metode dalam menentukan harga, yaitu penetapan harga berdasarkan biaya, penetapan harga berdasarkan harga pesaing/*competitor*, dan penetapan harga berdasarkan permintaan.⁵¹ Penetapan harga yang dilakukan hal ini kaitannya pada transaksi *photocard* seller atau akun seller yang menyatakan bahwa penetapan harga berdasarkan permintaan antara lain,

“Beberapa *photocard* yg aku jual memang beli nya udah mahal dari seller sebelumnya, jadi aku jual biar dapet untung juga. Tapi tidak memungkiri karena ada beberapa *photocard* banyak yang cari. Dan aku

⁴⁹ Fonita Theresia Yoliando, *Analisis Implikasi Tren Koleksi Photocard pada K-pop Enthusiast dalam Strategi Pemasaran Retail*, Universitas Multimedia Nusantara, 2022. <https://ojs.uph.edu/index.php/KOMA-DKV/article/view/6843/pdf>

⁵⁰ N. Gregory Mankiw, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2023), Hal. 138

⁵¹ Tony Hartono, *Mekanisme Ekonomi Dalam Konteks Ekonomi Indonesia*, h. 101

sebagai seller berani ambil untung gede karena ya banyak yang cari dipasaran”⁵²

“Hehe maaf ya kak untuk harga yang overpriced itu, tapi karena kan ada beberapa *photocard* yang permintaan atau peminatnya tinggi banget jadi aku berani untuk mematok harga yang lebih mahal karena biasanya buyer tetep mau beli dan biasanya juga aku karena murni pembeli tidak mengetahui harga pasaran jadi aku ingin mengambil untung yang banyak”⁵³

Dari penjelasan penjual idol photocard album Terdapat perbedaan dalam penetapan harga di akun seller @sunset1905 dengan akun seller @pinkpeach. Pada akun @pinkpeach tersebut seller menentukan harga yang tidak sesuai dengan menentukan harga sendiri agar memperoleh banyak keuntungan yang tidak sesuai dengan kriteria penetapan harga yakni adanya permintaan pasar, harga berdasarkan biaya, dan berdasarkan harga pesaing/*kompetitor*.

b. Perbedaan Penetapan Harga Photocard Pada Transaksi Idol Photocard Album

Terdapat perbedaan dalam penetapan harga pada transaksi photocard dari artis satu dengan yang lainnya. Hal tersebut ditentukan berdasarkan tingkat popularitas idola tersebut yang menjadikan kesenjangan harga yang sangat mencolok antara idola atau artis yang

⁵² Ninit, wawancara (Twitter, 19 Mei 2023)

⁵³ Kharisma, wawancara (Twitter, 22 Mei 2023)

memiliki popularitas rendah, sedang, hingga dengan yang tinggi. Hal ini berdasarkan hasil wawancara *seller photocard* antara lain,

“Harga per *member idol* bisa beda karena tiap *member demand* nya beda, semakin banyak yg cari kemungkinan untuk harga lebih tinggi dari member lain pasti juga tinggi”⁵⁴

“Karena ada beberapa member idol yang emang banyak banget yang suka, jadi harganya bakal jauh lebih tinggi dan kalo yang harganya agak murah biasanya peminat *member idol* nya sedikit”⁵⁵

“Kalo itu tergantung demand collector juga kak, *photocard idol* dengan *demand* yang tinggi biasanya memang lebih sering dicari”⁵⁶

Dalam hasil wawancara mengenai perbedaan penetapan harga *photocard idol* ini, dapat disimpulkan bahwasanya para penjual *photocard idol* menetapkan harga jual dengan cara mereka sendiri tanpa ada campur tangan dari pihak lain atau pemerintah.

c. Faktor Harga Idol Photocard Album Lebih Mahal Dibandingkan Dengan Merchandise Lain

Merchandise merupakan beragam pernak-pernik yang dijual ke publik dengan tema dan konsep tertentu. Pernak-pernik ini menghadirkan desain unik yang merepresentasikan sebuah grup idola atau artis tertentu. Beberapa merchandise yang dikeluarkan antara lain, *season greetings*, poster, *lighstick*, album, dan *photocard*.

⁵⁴ Niken, wawancara (LINE, 19 Mei 2023)

⁵⁵ Ninit, wawancara (Twitter, 19 Mei 2023)

⁵⁶ Kharisma, wawancara (Twitter, 22 Mei 2023)

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan akun *seller photocard* terdapat beberapa faktor pada harga *photocard* lebih mahal daripada merchandise lainnya, antara lain

“Harga *photocard idol* bisa lebih tinggi karena balik lagi ke *demand* yg lebih banyak dari *merchandise* yg lain. Serta foto yang bervariasi dari berbagai member *idol* lebih menarik perhatian *fans* sebagai *customer* untuk membelinya”⁵⁷

“Biasanya ada beberapa *photocard* yang memang diproduksi sedikit atau bisa di bilang *rare* dan peminatnya banyak”⁵⁸

“Tergantung kesukaan dari *collector* sih kak, ada beberapa yang lebih memilih koleksi *merchandise* yang bisa dipakai sehari-hari, yang bisa dipajang, atau *photobook official*. Karena *photocard idol* lebih diminati, sehingga hal tersebut yang juga mempengaruhi harga jual *merchandise* lainnya”⁵⁹

Dapat disimpulkan bahwasanya mengenai faktor yang ada bahwa harga *photocard* lebih mahal daripada *merchandise* yang lain adalah karena *photocard* memiliki *demand* atau permintaan pasar yang besar.

d. Idol Photocard Album Banyak Diminati

Idol photocard album ini banyak diminati karena beberapa hal, antara lain karena bentuk dari *photocard idol* itu kecil, memiliki harga pasar untuk dijual, dan memiliki kepuasan tersendiri terhadap pembeli

⁵⁷ Niken, wawancara (LINE, 19 Mei 2023)

⁵⁸ Ninit, wawancara (Twitter, 19 Mei 2023)

⁵⁹ Kharisma, wawancara (Twitter, 20 Mei 2023)

atau kolektor dari *photocard*. Hal tersebut berdasarkan wawancara peneliti terhadap beberapa *seller photocard* antara lain,

“Jawabannya lebih *simple* dan bentuknya kecil dan bisa di bawa kemana-mana”⁶⁰

“Karena bentuknya lebih fleksibel sih kak kayanya ya dan kebiasaannya photocardkan jadi ajang dibawa kemana-mana tuh jadi banyak yang minat deh”⁶¹

“Karena *photocard idol* adalah salah satu faktor unik dan jenis *photocard idol* juga sangat variatif, *photocard idol* juga sangat *compact* untuk disimpan atau dibawa kemana-mana”⁶²

B. Pembahasan

1. Penetapan Harga Pada Transaksi Idol Photocard Album Perspektif Hukum Positif

Photocard tidak dijual secara satuan karena *photocard* merupakan hadiah yang diberi secara random dan rata-rata hanya terdapat 1 hingga 5 *photocard* di dalam album atau di *merchandise* lainnya. Dengan menggunakan sistem *random* tersebut menjadikan strategi penjualan album berhasil meningkat, karena tidak sedikit dari penggemar idola atau artis tersebut rela membeli berpuluh-puluh album hanya untuk mendapatkan *photocard* idola atau artis yang diinginkan dan dijadikan bahan koleksi karena bernilai sangat tinggi.

⁶⁰ Ninit, Wawancara (Twitter, 19 Mei 2023)

⁶¹ Kharisma, Wawancara (Twitter, 20 Mei 2023)

⁶² Niken, Wawancara (LINE, 19 Mei 2023)

Pada wawancara yang peneliti lakukan melalui *direct message* masing-masing penjual/*seller photocard* dengan pertanyaan pada tabel 4 mengenai penetapan harga, sebagaimana didapatkan wawancara dengan :

Akun dari *seller photocard @PinkPeach*

“Hehe maaf ya kak untuk harga yang overpriced itu, tapi karena kan ada beberapa photocard yang permintaan atau peminatnya tinggi banget jadi aku berani untuk mematok harga yang lebih mahal karena biasanya buyer tetep mau beli dan untuk harga yang harusnya ikut pasaran tapi aku ambil harga tinggi ya karena pengen aja kak ambil untung lebih, buyernya juga mau soalnya atau dia ngga tau harga pasaran.”⁶³

Hasil wawancara diatas pada *seller photocard* menunjukkan bahwa terdapat tidak kesesuaian Pada Undang-Undang Pasal 4 Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) yang telah diberlakukan sejak tahun 2000 yakni satu tahun setelah disahkannya. Yang mana tujuan utama dibentuknya UUPK ini adalah untuk meningkatkan iklim usaha yang kondusif yang sesuai dengan perkembangan dunia usaha itu sendiri dan untuk melindungi konsumen dari perlakuan sewenang-wenang seseorang atau pelaku usaha.⁶⁴ Seperti halnya dalam permasalahan penetapan harga pada transaksi *idol photocard* album ini, karena pesatnya perkembangan dunia mengenai usaha menyebabkan pelaku usaha atau dalam hal penelitian ini *seller photocard* melakukan segala tindakan yang dianggap dapat meningkatkan

⁶³ Kharisma, wawancara, (Twitter, 20 Mei 2023)

⁶⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

keuntungan yang sebesar-besarnya. Hal tersebut terjadi karena sistem pemberian bonus *photocard* pada album tersebut *random/acak*. Sedangkan, *photocard* tersebut banyak ingin dimiliki kolektor ataupun penggemar yang ingin memiliki sekedar untuk koleksi yang membuat kebahagiaan semata. Maka hal tersebut membuat banyak sekali *demand* (permintaan) dari penggemar akan *photocard* dari setiap idola atau artis favorit mereka. Dan pada setiap idola atau artis memiliki beragam harga dan peminat yang dapat dilihat berdasarkan tingkat popularitas idola tersebut dan tingkat limitasi dari jumlah *photocard* yang tersedia di seluruh dunia.

Tujuan dari adanya Pasal 8 tahun 1999 tentang Hukum perlindungan Konsumen ini untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen, dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁶⁵

Penetapan harga yang demikian juga tidak jauh berbeda dengan yang dilakukan oleh akun dari *seller photocard @Sunset1905* yang mengambil keuntungan lebih berdalihkan pembeli tidak mengetahui harga pasaran *idol photocard* tersebut.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 4 huruf b mengatur mengenai salah satu hak konsumen yaitu hak untuk memilih dan mendapatkan barang yang sesuai dengan nilai tukarnya. Nilai tukar pada barang diatur dalam Pasal 4 huruf b (mengenai hak konsumen),

⁶⁵ Pasal 8 tahun 1999 tentang Hukum perlindungan Konsumen

Dengan UU tersebut pembeli *photocard* sebagai konsumen mendapatkan hak untuk memilih *photocard* dari artis atau idola yang diinginkan sesuai dengan nilai tukar barang tersebut yang dilihat dari banyaknya memiliki *demand* (permintaan) yang sangat tinggi. Hal tersebut dapat diketahui oleh peneliti melalui wawancara *seller photocard* dari akun ,

Akun *seller @diary553* menyatakan

“Harga permember bisa beda karena tiap member demannya beda, semakin banyak yg cari kemungkinan untuk harga lebih tinggi dari member lain pasti juga tinggi.”⁶⁶

Akun *seller @PinkPeach*

“Kalo itu tergantung demand collector juga kak, photocard member dengan demand yang tinggi biasanya memang lebih sering dicari, sedangkan quantity official merchandisenya dari photocard tidak sebanyak itu.”⁶⁷

Mengenai harga tentunya terdapat kesepakatan antara seseorang atau pelaku usaha dan konsumen yang mana hal tersebut merupakan suatu perjanjian atau kontrak yang tidak tertulis. Di dalam hukum perdata, suatu kontrak harus dilaksanakan dengan itikad yang baik sebagaimana telah diatur dalam pasal 1338 KUH Perdata. Maka apabila terdapat penjual/*seller photocard* yang tidak menetapkan harga dengan baik atau tidak sesuai dengan pasaran, pastilah tidak memenuhi unsur itikad baik ini. Hal tersebut berdasarkan wawancara pada akun *seller @pinkpeach* yang menyatakan

⁶⁶ Niken, wawancara, (LINE, 19 Mei 2023)

⁶⁷ Kharisma, wawancara, (Twitter, 20 Mei 2023)

menetapkan harga tinggi karena pembeli tidak mengetahui harga pasaran yang ada.

Dan pada pasal 1339 KUH Perdata dijelaskan bahwa “*Suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan di dalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian, diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan, atau undang-undang.*” Maka dalam penetapan harga *photocard* ini antara kepatutan dan kebiasaan dalam konteks harga dapat dimaknai dengan kesesuaian harga yang ada dipasaran. Hal kepatutan ini tidak sesuai dengan Bahwa pelaku usaha sudah seharusnya wajib memiliki itikad baik sebagaimana yang dijelaskan dalam pasal 7 huruf (a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Itikad baik pelaku usaha dalam menjalankan usahanya dimaksudkan agar konsumen didalam menggunakan barang-barang yang dibeli mendapat suatu tindakan perlindungan sebagaimana juga yang tertuang dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Pada penetapan harga pada barang *photocard* harus sesuai dengan harga kebiasaan tertentu yang dapat dilihat dari siapa idola atau artis yang ada di *photocard* dan spesifikasi (tidak cacat) dari *photocard* tersebut dikalangan penggemar/kolektor *photocard*. Karena, harga yang patut atau sesuai tentunya didasari oleh kesesuaian kebiasaan serta norma-norma yang ada di suatu tempat dan di suatu kalangan tertentu. Berdasarkan di dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 menjelaskan bahwa salah satu hak dari konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan,

dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa. Kaitannya hal ini adalah, pembeli yang tidak mengetahui harga pasaran *photocard* tidak mendapatkan kenyamanan atas penetapan harga pada transaksi *idol photocard* album karena penjual atau *seller* tidak memberikan informasi serta tidak memberikan harga sesuai pasaran yang ada.

Hukum Perlindungan Konsumen yang telah didasari oleh beberapa prinsip. Salah satu dari prinsip yang sesuai dengan permasalahan peneliti yakni prinsip keseimbangan dan prinsip keadilan yang dijelaskan pada Pasal 2 tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen. Prinsip keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.⁶⁸ Inti dari diciptakannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah untuk menciptakan keseimbangan. Dan keseimbangan dalam perlindungan konsumen dapat menumbuhkan sikap jujur dan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen. Selanjutnya, prinsip keadilan yang dimaksudkan agar partisipasi dari seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan tentunya memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan sama-sama melaksanakan kewajibannya tersebut.

Jika, pada transaksi penetapan harga pada *photocard* pembeli/pengoleksi *photocard* tidak mengetahui harga pasaran yang ada dan penjual/*seller photocard* memberikan harga yang tidak wajar (diatas harga pasaran) maka dengan adanya perlindungan konsumen dapat menumbuhkan sikap jujur dan

⁶⁸ Penjelasan Pasal 2 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

tanggung jawab dari penjual/*seller photocard* terhadap pembeli/pengoleksi *photocard* karena hal tersebut jelas tidak sesuai dengan prinsip keseimbangan dan keadilan yang telah dijelaskan.

Namun, masih terdapat penjual yang masih menumbuhkan sikap jujur dan tanggung jawab sesuai dengan prinsip keseimbangan dan keadilan akan penetapan harga pada *photocard*, seperti halnya wawancara yang peneliti lakukan pada akun @diary553

“Penetapan harga di sini itu ikut sesuai pasaran idola atau artis nya, karena kita fokus nya untuk jajanan ready jpn dan kr maka dari kita juga menyesuaikan dengan harga pasaran disana.”

Undang-Undang Perlindungan Konsumen diharapkan dapat menjadi acuan bagi peraturan perundangan lainnya dalam bidang perlindungan konsumen. Agar perlindungan terhadap hak-hak konsumen tidak lagi dilaksanakan secara parsial, namun dilaksanakan secara terpadu, utuh, dan universal.⁶⁹ Apabila hal tersebut disambut dengan baik antara penjual/*seller* terhadap pembeli/pengoleksi *photocard* dalam penentuan harga, maka masing-masing pihak sama-sama mendapatkan haknya. Karena di dalam penentuan nilai tukar harga, prinsip keadilan dimaksudkan agar penjual/*seller photocard* menetapkan harga sesuai dengan nilai tukar secara proporsional, tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah (sesuai harga pasaran yang ada). Dengan demikian konsumen mendapatkan harga secara adil dalam arti harga secara proporsional.

⁶⁹ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), h. 70

2. Penetapan Harga Pada Transaksi Idol Photocard Album Perspektif Hukum Islam

Allah SWT menyuruh manusia agar menyempurnakan takaran dan melarang curang dalam menakar. Secara *majazi*, makna neraca atau takaran itu menunjukkan bahwa segala sesuatu itu harus dilakukan secara seimbang, selaras dan adil. Sama halnya dengan menetapkan nilai tukar barang atau harga. Tidak dapat dikatakan seimbang, selaras, atau adil apabila pelaku usaha tersebut dalam menetapkan harga terlalu tinggi dan memberatkan konsumen.⁷⁰

Dalam perspektif Islam, dijelaskan bahwa mengambil keuntungan berapapun tidak dibatasi, asalkan unsur kerelaan (suka sama suka) telah terpenuhi. Jika dikaitkan dengan permasalahan peneliti, maka apabila pembeli *photocard* tersebut rela dengan harga di atas pasaran dan pembeli *photocard* tersebut telah setuju dan rela dengan harga yang telah diberi oleh *seller photocard* maka diperbolehkan.

Nash dalam Al-Qur'an menjelaskan bahwa keadilan bukanlah hanya sekedar anjuran melainkan perintah yang bersifat mutlak tanpa ikatan waktu, tempat atau individu tertentu.⁷¹ Allah SWT berfirman dalam surat an-Nahl ayat 90 yang berbunyi :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ

تَذَكَّرُونَ

⁷⁰ A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Quran* (Jakarta : Sinar Grafika Offset, 2010)

⁷¹ A. Kadir, *Hukum*, h. 76

Artinya :

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

Selain dari ayat diatas Allah SWT juga secara tegas pada firman Allah dalam Qur'an Surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi :

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

Artinya :

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

Maksudnya, Allah SWT menyuruh manusia agar menyempurnakan penetapan harga barang/harga pada apapun, menyempurnakan segala penakaran, dan menghindari segala bentuk kecurangan. Karena, apabila seseorang atau pelaku usaha dalam kasus peneliti penjual/seller photocard menetapkan harga barangnya terlalu tinggi dan memberatkan konsumen (pembeli/pengoleksi photocard) maka jelas tidak dapat dikatakan seimbang dan adil. Sebab jika menetapkan harga dengan jalan batil, maka akan berdampak pada kerugian bagi orang lain.

Walau mengenai penetapan harga barang atau jasa, Islam sesungguhnya tidak memberikan batasan yang pasti berapa keuntungan yang boleh diambil oleh pelaku usaha, asal dari mencari keuntungan itu disyariatkan, kecuali apabila dilakukan dengan cara-cara yang bertentangan dengan syara'.⁷² Karena harga pada dasarnya diserahkan kepada mekanisme yang terjadi dipasaran. Terkecuali apabila terjadinya distorsi atau penyimpangan harga dan mempengaruhi harga pasar (kebiasaan). Penentuan harga termasuk dalam transaksi jual beli yang dapat dinyatakan sah jika kedua pihak yaitu para penjual dan pembeli merasa untung.

Mekanisme penentuan harga dalam Islam sesuai dengan *Maqashid al-Syariah*, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia. Seandainya Rasulullah saat itu langsung menetapkan harga, maka akan kontradiktif dengan mekanisme pasar. Akan tetapi pada situasi tertentu, dengan dalih *Maqashid al-Syariah*, penentuan harga menjadi suatu keharusan dengan alasan menegakkan kemaslahatan manusia dengan memerangi distorsi pasar (memerangi mafsadah atau kerusakan yang terjadi di lapangan). Dalam hal ini, *Maqashid al-Syariah* diperlukan untuk penetapan harga pada transaksi *idol photocard* album ini agar terjaganya dalam penetapan harga dan hak-hak atas konsumen atau pembeli dari *idol photocard* album tersebut.

⁷² A. Kadir, Hukum, h. 116

Dalam konsep Islam, yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dan pembeli dalam mempertahankan barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual.⁷³

Ibnu Taimiyah berpendapat bahwa harga yang adil adalah harga yang ditetapkan oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas antara permintaan dan penawaran. Hal ini berarti bahwa harga yang adil adalah suatu harga yang sesuai dengan mekanisme pasar yang sedang berlaku.⁷⁴ Maka, proses dari penetapan harga pada transaksi *photocard* ini tidak hanya dilakukan oleh salah satu pihak, melainkan melalui berbagai proses yang melibatkan berbagai pihak dari para penjual/*seller photocard*, sehingga harga pasaran muncul berdasarkan kehendak pasar dan saling menguntungkan.

⁷³ Lukman Hakim, Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam, (Surakarta: Penerbit Erlangga, 2012), h.169-170.

⁷⁴ Aislahi, A. *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*. Surabaya: Bina Ilmu, 1997

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun yang menjadi kesimpulan dari paparan dalam skripsi yang telah peneliti lakukan pada bab sebelumnya mengenai penetapan harga pada *photocard*, maka dapat penulis simpulkan sebagai berikut :

1. *Photocard* adalah salah satu barang yang didapat pembeli apabila membeli album dan sistem *photocard* yang didapatkan dengan sistem acak/*random* dan banyak pembeli yang lebih menyukai untuk mendapatkan *photocard* yang mereka inginkan saja untuk dikoleksi sebagai bentuk rasa suka mereka kepada artis yang mereka sukai atau untuk kebahagiaan semata. Penetapan harga pada *idol photocard album* jika ditinjau dari hukum positif pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen terdapat pelanggaran. Karena pembeli/pengoleksi *photocard* tidak mengetahui harga pasaran yang ada dan penjual/*seller photocard* memberikan harga yang tidak wajar (diatas harga pasaran). Walau pada penetapan harga *photocard* ini merupakan suatu perjanjian atau kontrak yang tidak tertulis. Dan tidak sesuai dengan asas-asas yang ada salah satu asasnya berprinsip Keseimbangan dan Keadilan pada pasal 4 tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen, yang merugikan salah satu pihak dalam hal ini konsumen atau pembeli *idol photocard album*.

2. Menurut tinjauan Hukum Islam mengenai penetapan harga khususnya pada *photocard* tidak memberi pembatasan pasti berapa harga dan keuntungan yang diperoleh penjual/*seller photocard*. Namun, Penetapan harga pada transaksi nilai tukar ini harus mencapai harga yang adil dalam Islam yang dimaksudkan untuk terjaganya hak dari semua pihak, baik pembeli/pengoleksi *photocard* maupun penjual/*seller photocard* dan tidak menimbulkan suatu kemudharatan atau kebatilan. Karena pada dasarnya, penetapan harga diserahkan kepada mekanisme pasar sesuai dengan kebiasaan tersebut.

B. Saran

Adapun yang menjadi saran dalam penulisan skripsi ini adalah para penjual/*seller photocard* tidak memberikan harga semaunya karena alasan buyer tidak mengetahui harga pasaran *photocard* yang diinginkan tersebut *ataupun photocard* tersebut merupakan *photocard* dari idola atau artis yang memiliki nilai harga yang sangat tinggi dan *demand* dari penggemar yang sangat tinggi . Para penjual/*seller photocard* tetap didasari dengan rasa senang dengan kegiatan tersebut diharapkan tidak menjadikan obsesi untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi pada penetapan harga *photocard* tersebut yang mana dapat merusak harga pada kalangan pecinta/kolektor *photocard*. Untuk penelitian selanjutnya, penulis berharap dapat membahas lebih mendalam mengenai penetapan harga pada barang khususnya idol *photocard* album yang kaitannya dengan pandangan Hukum Positif dan Hukum Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Kitab dan Perundang-Undangan

Al-Qur'an dan Hadits

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Buku

A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Quran* (Jakarta : Sinar Grafika Offset, 2010)

A.Z Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Daya Widya: Jakarta, 2000

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 108.

Azwar Karim, Adimarwan, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani, 2001)

Dakhoir, Ahmad dan Yunisva Aviva, Itsla, *Ekonomi Islam Dan Mekanisme Pasar (Refleksi Pemikiran Ibnu Taimiyah)*, Cet. Ke-1, (Surabaya: LaksBang PressIndo, 2017), kata pengantar

Djamil, Fatur Rahman, *Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Di Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta:Sinar Grafika, 2013, cetakan 2),h,50

Effendi, Joenaidi dan Ibrahim, Johnny, *Metode Penelitian Hukum Normative dan Empiris*, (Depok: Prenadamedia Group, 2016) h. 2

Fandy, Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andy Offset 2001), h. 151.

Hakim, Lukman, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* (tt : Erlangga, 2012), h. 172

Kontjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT. Gramedia

- Pustaka Utama, 1997), 270.
- Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Ed.8 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2001), 439-440.
- Kristiyanti, Siwi, Tri Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010, Hal. 50-54
- M. Hadjon, Philipus, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011), hlm. 10.
- Marzuki, Mahmud, *Penelitian Hukum*, Jakarta,:Kencana Prenada, 2010, hal. 35
- Mertokusumo, Sudikno, 2003, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta.
- Miru, Ahmadi dan Yodo, Sutaman, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers: Jakarta, hal 1.
- Muhammad dan Alimin, *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPEF, 2004), H. 129
- Nur Fatoni, Siti, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), h. 61
- Otomo, Budi, Setiawan *Fiqih Aktual, (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, Jakarta: Gfma
- Pusat Pengkajian Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 331.
- R. Setiawan, Comy *Metode Penelitian Kualitatif – Jenis , Karakter, dan Keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo, 2010), 9.
- Sangadji, Mamang, Etta dan Sopiha, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis*

dalam Penelitian (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h. 170.

Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000), hlm. 55.

Sidabalok, Janus, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hal 17.

Sinamo, Nomensen, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, PT BumiImtitama Sejahtera, Jakarta, hlm. 86.

Siyoto, Sandu dan Sodik, Ali, *Dasar Metode Penelitian Literasi* (Yogyakarta: Media Publishing, 2015) h. 4-5

Soekanto, Soerjono dan Mamudji, Sri, *Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat*, PT. Jakarta :Raja Grafindo Persada, 2003, hal. 13.

Sujana, Asep ST. 2005. *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Suwandono, Agus S.H., LL.M., *Modul I: Ruang Lingkup Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Terbuka, Jakarta, 2015, hal 1.21-1.25.

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), h. 70

Website

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, <https://kbbi.web.id/perlindungan>, diakses pada tanggal 28 April 2023

Skripsi

Fonita Theresia Yoliando, *Analisis Implikasi Tren Koleksi Photocard pada K-pop Enthusiast dalam Strategi Pemasaran Retail*, Universitas Multimedia Nusantara, 2022. <https://ojs.uph.edu/index.php/KOMA->

[DKV/article/view/6843/pdf](#)

Julianti Monica Simanjuntak, "*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Penetapan Harga Ikan Teri (Studi Kasus Pada Pasar Sambu)*", Universitas Hindu Negeri Medan, 2020
<https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/5707/JULIANTI%20MONICA%20SIMANJUNTAK.pdf?sequence=1&isAllowed=yf>

Karina Lukman Hakim, "*Perjanjian Penetapan Harga Oleh Persatuan Percetakan Photocopy Marpoyan (P3M) Di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Hukum Perlindungan Konsumen*", Universitas Islam Riau Pekanbaru 2020 <https://repository.uir.ac.id/9734/1/161010339.pdf>

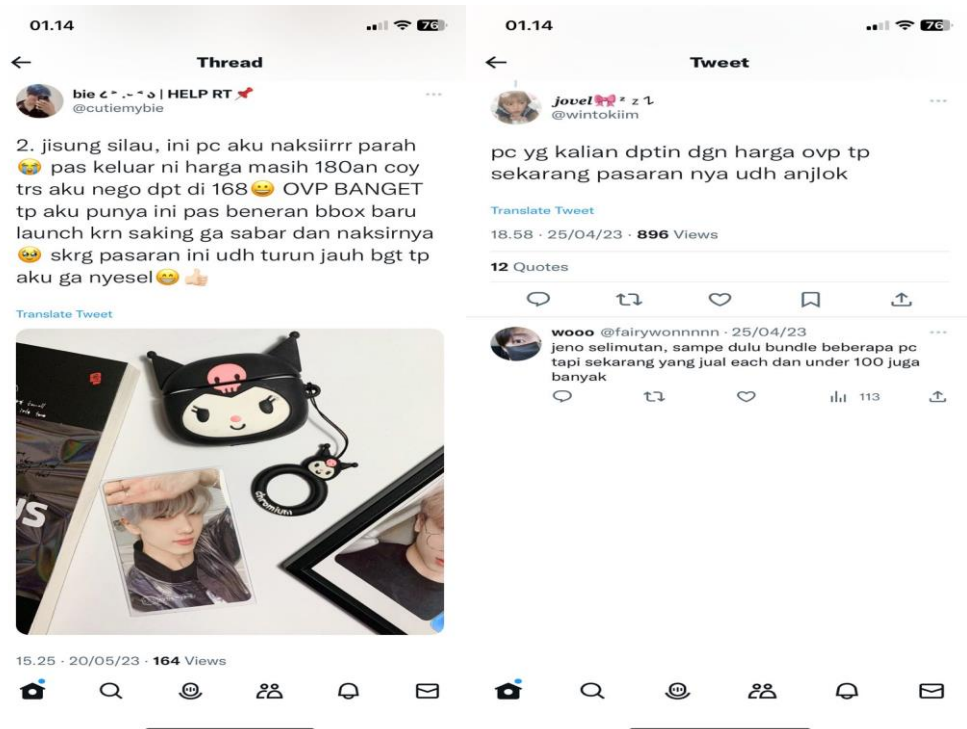
Jurnal

Y. Prayuti, & D. Husen, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk Elektronik Berlabel SNI Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Jurnal Ilmu Hukum

Selvira Eka Suci, "*Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Jual Beli Photocard pada Album Kpop*", Bandung Conference Series: Sharia Economic Law, <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i1.1319>

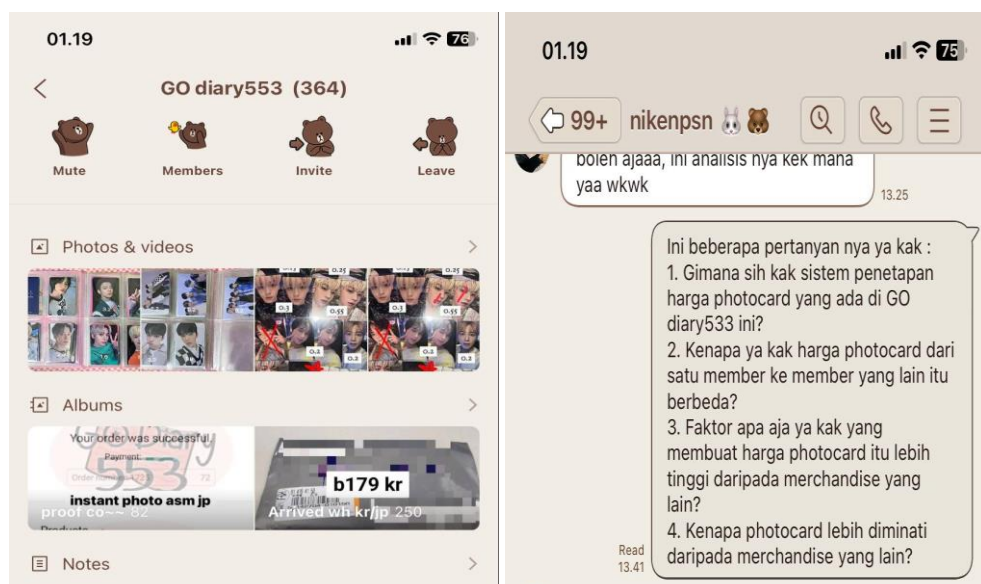
LAMPIRAN-LAMPIRAN

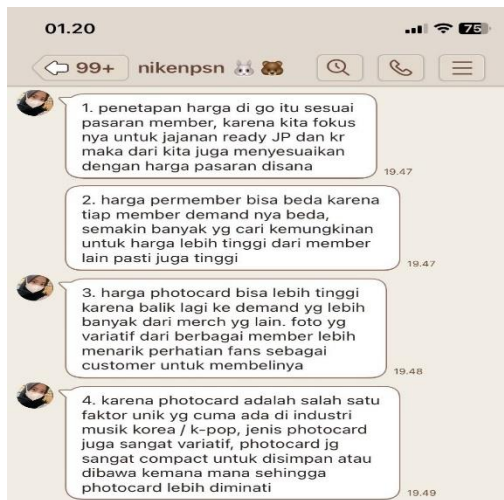
Lampiran 1. Dokumentasi berupa *screenshot*
Gambar 1.



Gambar 2.

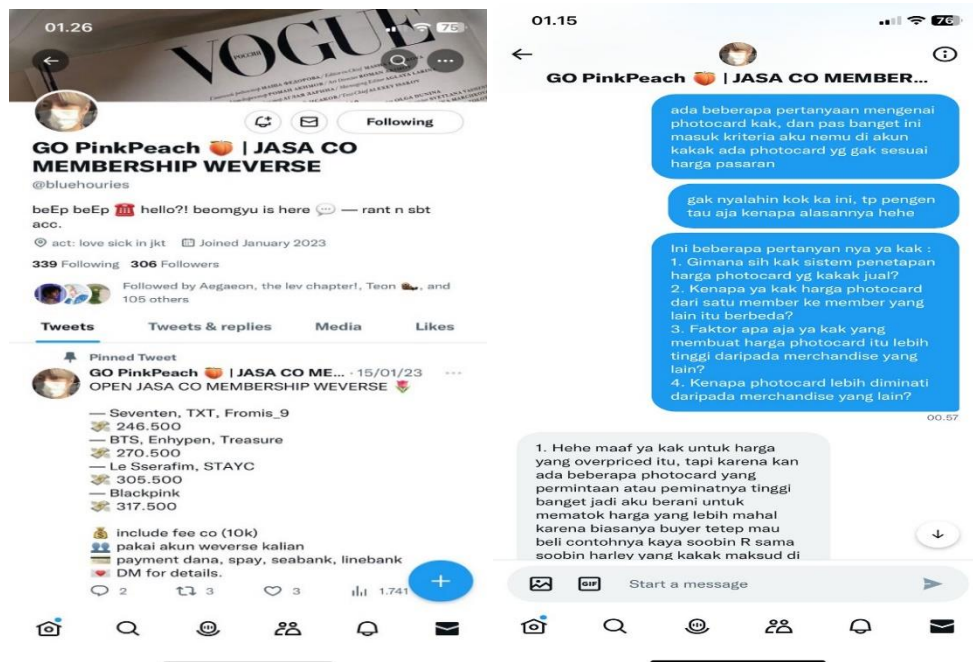
Akun *seller* @diary553 owner Kak Niken dan Kak Raisa





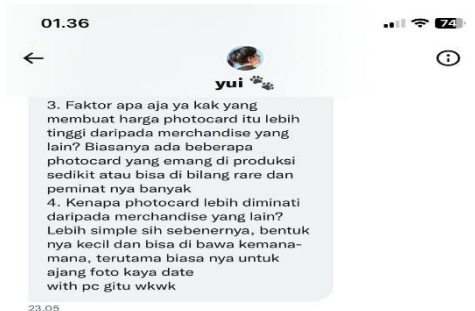
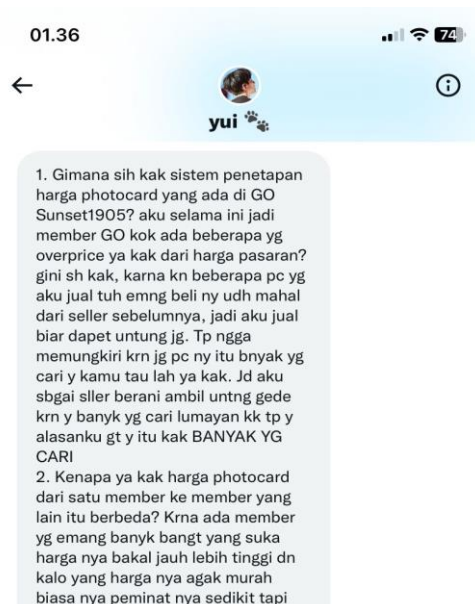
Gambar 3.

Akun seller @PinkPeach owner Kak Kharisma





Gambar 4.
Akun seller @sunset1905



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Rizqyna Ramadhania
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Blitar, 25 November 2000
Alamat Rumah : Dsn. Tlogo III RT.02/RW.01, Kecamatan Kanigoro,
Kabupaten Blitar, Jawa Timur 66171
Email : rizqynarmdhn@gmail.com
Nama Ayah : Ali Mustofa
Nama Ibu : Darwati
Anak ke- : 2 dari 2 bersaudara

B. Riwayat Pendidikan

2006 - 2007 : RA Plus Hidayatullah
2007 - 2013 : MI Plus Hidayatullah
2013 - 2016 : MTsN 1 Kota Blitar
2016 - 2019 : MAN 1 Kabupaten Blitar