

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PRAKTIK
PROMOSI SATU HARGA DALAM JUAL BELI
(Studi Kasus Toko Serba Rp 35.000 di Jl.
Ahmad Yani Polewali Kabupaten
Polewali Mandar)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Hukum (S.H)
pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi
Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene

Oleh

MUFLIAH TAMRIN
NIM: 20256119213



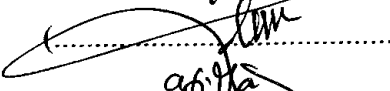
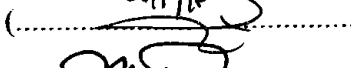

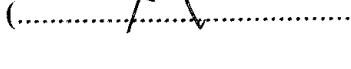
**JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI BISNIS ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
MAJENE
2023**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “**Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli (Studi Kasus Toko Serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali Kabupaten Polewali Mandar)**”, yang disusun oleh saudari **Muflihah Tamrin, Nim 20256119213**, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Kamis, 2 November 2023 M bertepatan dengan tanggal 18 Rabiul Akhir 1445 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, dengan beberapa perbaikan.

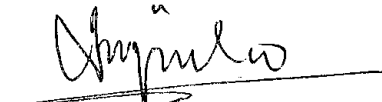
Majene, 7 Desember 2023 M
25 Jumadil Awal 1445 H

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Aminuddin Lahami, S.H., M.H.	()
Sekretaris	: Nur Astaman Putra, M.Pd.	()
Pembimbing I	: Dr. H. Husain, S.Ag., M.A.	()
Pembimbing II	: Atirah, M.Pd.	()
Penguji I	: Noercholis Rafid A, M.H.I.	()
Penguji II	: Ardiansyah, S.H., M.H.	()

Diketahui oleh:

Ketua Jurusan,


Abdul Rahman, M.Pd., Ph.D
NIP. 197312312005011034


PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi atas nama **Muflihah Tamrin**, NIM: **20256119213**, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama skripsi berjudul "**Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli (Studi Kasus Toko Serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali Kabupaten Polewali Mandar)**", memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diujikan.

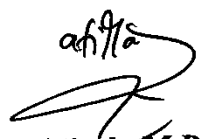
Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Majene, 26 Oktober 2023

Pembimbing I


Dr. H. Husain, S.Ag., M.A.
NIP. 19720616 200012 1 001

Pembimbing II


Atirah, M.Pd.
NIP. 19951208 202012 2 021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muflihah Tamrin
Nim : 20256119213
Tempat/Tgl.Lahir : Lembang-Lembang, 31 Agustus 2000
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli (Studi Kasus Toko Serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali Kabupaten Polewali Mandar)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebahagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Majene, 23 Oktober 2023

Penyusun,



Muflihah Tamrin
NIM. 20256119213

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli (Studi Kasus Toko Serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali Kabupaten Polewali Mandar)**” dalam waktu yang tidak terlalu lama. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene. Sholawat beserta salam semoga selalu tercurah kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW. sebagai *uswatun hasanah* bagi kita semua dalam hidup dan kehidupan kita, baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Mengingat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman dalam penulisan, sehingga skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang konstruktif dari berbagai pihak demi kesempurnaannya.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari kontribusi berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya terutama kepada kedua orangtua yaitu ayahanda **Alm. Tamrin Aco** dan ibunda **Hj. Ramlah** yang telah membesarkan, mendo'akan serta senantiasa memberikan dukungan, baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.

Penulis juga tak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Wasilah, S.T., M.T selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.
2. Bapak Abdul Rahman, M.Pd., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.
3. Bapak Supriadi, S.H., M.H. selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.
4. Bapak Dr. H. Husain, S.Ag., M.A. dan Ibu Atirah, M.Pd. masing-masing sebagai Pembimbing I dan II yang selalu meluangkan waktu memberikan motivasi dan membimbing penulis, mulai dari pembuatan proposal sampai pada penyusunan skripsi ini selesai.
5. Bapak Noercholis Rafid A, M.H.I. dan Bapak Ardiansyah, S.H., M.H. masing-masing sebagai Penguji I dan II yang telah memberikan kritikan dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Segenap dosen pada Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Bisnis Islam, baik dosen tetap maupun dosen LB yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan kepada penulis mulai dari awal perkuliahan sampai pada tahap memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).
7. Segenap staf akademik, baik pada Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Bisnis Islam maupun pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene secara keseluruhan.
8. Kepala toko serba Rp 35.000 yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di toko serba Rp 35.000 yang dipimpinnya, serta seluruh karyawannya yang telah membantu dalam proses penelitian sampai selesai.
9. Terima kasih pula saya sampaikan kepada saudara/i saya Hijranah Tamrin, Muzdalifah Tamrin, dan Muhammad Fatwa Tamrin, serta sahabat saya Lilis Saputri, Khairunnisa, Nur Ita Arissa Nardin, Zilvani Basri, Widya Utami,

Arwini Hamka, Rini Angraeni, Masitha, dan teman teman yang tak sempat penulis sebutkan satu persatu atas motivasi, dukungan/bantuan yang telah diberikan, baik yang bersifat moril maupun materil selama penulis menempu perkuliahan sampai berhasil memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Semoga skripsi ini dapat berkontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi para pembaca, serta segala bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak bernilai ibadah dan dilipatgandakan pahalanya oleh Allah SWT, aamiin...

Majene, 23 Oktober 2023

Penulis,



Muflihah Tamrin

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus.....	4
D. Kajian Pustaka / Penelitian Terdahulu.....	5
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
BAB II. TINJAUAN TEORETIS	10
A. Promosi.....	10
1. Pengertian Promosi.....	10
2. Macam-Macam Media Promosi	12
3. Tujuan Promosi	14
4. Etika Dalam Promosi.....	15
5. Promosi Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah	16
B. Jual Beli	18
1. Pengertian Jual Beli	18
2. Dasar Hukum Jual Beli.....	18
3. Macam-Macam Jual Beli.....	20
4. Rukun dan Syarat Jual Beli	22
5. Prinsip-Prinsip Jual Beli	23
C. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.....	26
1. Pengertian Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah	26

2. Lahirnya Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah	27
3. Dasar dan Tujuan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah	28
4. Unsur-Unsur Jual Beli Berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah	29
5. Pasal-Pasal Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.....	31
BAB III. METODE PENELITIAN	33
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	33
B. Pendekatan Penelitian.....	33
C. Metode pengumpulan data	34
D. Instrumen penelitian	35
E. Sumber Data penelitian	35
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	36
G. Pengujian Keabsahan Data	37
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	38
1. Gambaran Toko Serba Rp 35.000	38
B. Praktik Promosi Satu Harga Jual Beli Pada Toko Serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali kabupaten Polewali Mandar.....	39
C. Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Promosi Satu Harga Jual Beli Pada Toko Serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali Kabupaten Polewali Mandar.....	51
BAB V. PENUTUP.....	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Implikasi Penelitian	60
DAFTAR PUSTAKA	62
HASIL WAWANCARA	64
LAMPIRAN.....	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	73

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan Transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif		tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	' ain	'	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamza	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

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

2. 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:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>ḍammah</i>	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ي	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
و	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauला*

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ... أ... ئ	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
ي	<i>kasrah dan yā'</i>	Ī	a dan garis di atas
و	<i>dammah dan wau</i>	Ū	a dan garis di atas

Contoh:

مات	: <i>māta</i>
رَمَى	: <i>ramā</i>
قَبِيل	: <i>qīla</i>
يَمُوت	: <i>yamūtu</i>

4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h]. Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>rauḍah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al madīnah al-fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. *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	: <i>rabbnā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-ḥaqq</i>
نُعْمٌ	: <i>nu'ima</i>
عُدُوْا	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *ع* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (*ئ*) maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

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

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. 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*.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. *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 perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari al-Qur'ān), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī Zilāl al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

9. *Lafz al-Jalālah (هلا)*

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينًا لِلَّهِ بِاللَّهِ *dīnullāh* بِاللَّهِ *billāh*

Adapun *tā'* marbūṭahdi akhir kata yang disandarkan kepada *Lafz al-Jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī raḥmatillāh*

10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf 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 lallaḏī bi Bakkatamubārakan

Syahrū Ramaḏān al-laḏī unzila fih al-Qur‘ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqiz min al-Ḍalāl

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-WalīdMuḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Naṣr ḤāmidAbū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subhānahū wa ta'ālā</i>
saw.	= <i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	= <i>'alaihi al-salām</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli 'Imrān/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

Untuk karya ilmiah bahasa Arab, terdapat beberapa singkatan berikut:

ص	= صفحة
دم	= بدون مكان
صلعم	= صلى هلا عليه و سلم
ط	= طبعة
دن	= بدون نشر
الخ	= الى اخرهاش الى اخره
ج	= جزء

ABSTRAK

Nama : **Muflihah Tamrin**
NIM : 20256119213
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli (Studi Kasus Toko Serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali Kabupaten Polewali Mandar)*

Penelitian ini membahas tentang 1) Praktik promosi satu harga dalam jual beli pada toko serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali Kabupaten Polewali Mandar, dan 2) Perspektif hukum ekonomi syariah terhadap praktik promosi satu harga dalam jual beli pada toko serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali Kabupaten Polewali Mandar.

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan teologi normatif dan sosiologis. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik promosi satu harga dalam jual beli yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 adalah Jika konsumen membeli pakaian sebanyak 1 atau 2 lembar maka harganya tetap Rp. 35.000, dan jika konsumen membeli pakaian sebanyak 3 lembar atau 1 lusin maka akan mendapatkan potongan harga tetapi potongan harga hanya berlaku untuk pakaian yang harganya Rp 35.000 saja diluar dari itu maka akan mendapatkan harga normal tanpa potongan harga meskipun pengambilan banyak. Model promosi yang digunakan pada toko serba Rp. 35.000 dalam menawarkan barang adalah dengan cara iklan di luar ruangan dengan memasang spanduk dan melakukan promosi penjualan seperti mengadakan diskon. Selain itu, dalam kajian hukum ekonomi syariah mengenai praktik promosi satu harga dalam jual beli maka promosi yang terjadi pada toko tersebut jika ditinjau berdasarkan etika dalam promosi, terjadi ketidaksesuaian yang dimana pada toko tersebut telah melanggar prinsip utama dalam etika promosi yaitu pada prinsip tidak menipu. Sedangkan jika ditinjau berdasarkan promosi dalam perspektif hukum ekonomi syariah maka pada toko serba Rp 35.000 melanggar nilai kejujuran dan transparansi, dan jika ditinjau dari prinsip-prinsip jual maka jual beli yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 sudah sah karena tidak ada pelanggaran di dalamnya, serta rukun dan syarat jual belinya juga sudah terpenuhi. Akan tetapi jika ditinjau dari kompilasi hukum ekonomi syariah maka jual beli pada toko tersebut sudah sah karena unsur-unsur jual belinya sudah sesuai sebagaimana dalam pasal 95.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka peneliti menawarkan beberapa solusi yang dilakukan sebagai implikasi dari penelitian, yaitu 1) bagi pihak toko serba Rp 35.000 agar promosi yang diterapkan pada toko serba Rp 35.000 bisa lebih baik lagi agar tidak ada konsumen yang merasa kebingungan dan juga merasa kecewa karena adanya promosi yang tidak sesuai pada toko tersebut. 2) diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pemberian informasi kepada masyarakat terkait dengan kegiatan jual beli khususnya promosi satu harga, agar senantiasa sesuai dengan prinsip-prinsip yang tercantum dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam memulai usaha atau bisnis dibutuhkan ide yang baik dan tepat. Proses penjualan barang sangat bergantung pada ide inovatif perusahaan. Cara yang baik untuk memperkenalkan produk yaitu dengan mendatangi langsung calon konsumen, sehingga pembeli yang tertarik akan langsung menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan. Bentuk penawaran barang disebut dengan promosi.

Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi pemasaran yang menyampaikan informasi tentang barang atau jasa kepada masyarakat. Tujuan promosi yaitu untuk membuat barang atau jasa tersebut dikenal oleh pasar dan digunakan oleh konsumen.

Seperti yang dikutip Satriadi dalam buku Rambat Lupiyoadi yang berjudul manajemen pemasaran jasa bahwa menurut Rambat Lupiyoadi salah satu variabel bauran pemasaran yang sangat penting yang dilakukan oleh perusahaan saat memasarkan produk yaitu promosi. Promosi berfungsi sebagai cara untuk berkomunikasi dengan konsumen dan membuat mereka memilih untuk membeli barang atau menggunakan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.¹

Rasulullah sangat menganjurkan promosi yang baik dan benar dalam Islam. Promosi yang baik dan benar adalah penjual harus memberikan penjelasan yang baik dan benar kepada pembeli tentang keunggulan dan kekurangan produk.

¹ Satriadi, dkk. *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Samudera Biru, 2021), h. 93-94.

Promosi yang dilarang dalam Islam adalah ketika pembeli membeli sesuatu dan penjual hanya menjelaskan kelebihan barang tersebut tanpa menjelaskan kekurangannya, dan penjual berani bersumpah untuk menjelaskan kelebihan produk tersebut meskipun produk tersebut tidak memenuhi kualitas yang dijanjikan. Pada dasarnya, promosi dalam Islam diperbolehkan selama dilakukan dengan cara yang sesuai dengan akad yang telah ditetapkan dalam Islam. Ini berarti bahwa setiap jenis muamalah dapat dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.² Adapun ayat yang membahas tentang kejujuran dalam melakukan promosi terdapat dalam QS Al-Ahzab/33: 70 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ﴿٧٠﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar. (QS Al-Ahzab/33: 70)

Terjemahannya dalam bahasa mandar:

E inggannana to matappa', takwao di Puang Alla Taala anna pappauo pau parua. (QS Al-Ahzab/33: 70)³

Surah Al-Ahzab ayat 70 membahas tentang Allah memerintahkan kepada umatnya agar berkata jujur dan benar, tidak berdusta, tidak menipu, dan tidak menyimpang dari kebenaran. Jika dikaitkan dengan promosi satu harga yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 dimana pemilik toko menerapkan promosi satu harga tetapi yang terjadi pada toko itu tidaklah seperti itu karena masih banyak barang yang dijual dengan harga lain bahkan mencapai hingga ratusan ribu.

² Siti Aminah. *Tinjauan Islam Terhadap Konsep dan Strategi Promosi Perusahaan Prodiver Telekomunikasi di Makassar*, Makassar, 2018, h. 30.

³ Muh Idham Khalid Bodi. *Koroang Mala'bi Al-Quran Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, (Makassar: Direktorat Jendral Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019), h. 105.

Selain promosi, memilih rencana harga sangat penting. Harga merupakan faktor penting dalam proses jual beli karena berfungsi sebagai alat tukar dalam transaksi. Harga adalah satu-satunya aspek bauran pemasaran yang bersifat fleksibel dan setiap waktu bisa berubah.⁴

Promosi satu harga merupakan trik *marketing* yang digunakan pada toko serba Rp 35.000 dalam menawarkan barang dengan tujuan agar masyarakat tertarik untuk mengunjungi dan membeli di toko tersebut. Pemilik toko menggunakan praktik strategi promosi satu harga dalam jual beli dengan cara memasang *banner* bertuliskan serba Rp 35.000, *banner* dipasang diluar toko dan di dalam toko agar dapat menarik perhatian kepada masyarakat untuk mengunjungi toko tersebut. Adapun jenis barang yang dijual pada toko serba Rp 35.000 hanya berupa pakaian anak hingga dewasa, baik itu pakaian pria maupun wanita. Selain itu, terdapat juga perlengkapan rumah tangga seperti alat makan dan lain-lain.

Namun kenyataannya pada toko serba Rp 35.000 tidaklah seperti itu karena barang yang ada di dalam toko itu tidak semua berharga Rp 35.000. Ada juga barang yang memiliki harga lain, seperti baju muslim dijual dengan harga Rp 70.000 dan baju gamis dijual dengan harga Rp. 150.000 promosi satu harga yang nyatanya tidak satu harga ini sangat membingungkan para pengunjung toko. Karena toko tersebut mempromosikan barang yang sebenarnya tidak semua satu harga. Dengan adanya ketidaksesuaian atas apa yang terjadi pada toko tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Tinjauan

⁴ Satriadi, dkk. *Manajemen Pemasaran*, h. 96.

Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli (Studi Kasus Toko Serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali Kabupaten Polewali Mandar)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah ini diuraikan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik promosi satu harga dalam jual beli pada toko serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali kabupaten Polewali Mandar?
2. Bagaimana perspektif hukum ekonomi syariah terhadap praktik promosi satu harga dalam jual beli pada toko serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali kabupaten Polewali Mandar?

C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

1. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yaitu mengenai “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli (Studi Kasus Toko Serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali Kabupaten Polewali Mandar)”.

2. Deskripsi Fokus

Mengenai deskripsi fokus dalam penelitian antara lain:

- a. Hukum ekonomi syariah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ketentuan prinsip jual beli dan lafadz umum yang telah diatur dalam Al-Qur'an dan sunnah mengenai strategi promosi satu harga dalam jual beli.

- b. Promosi satu harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah trik marketing yang digunakan pada toko serba Rp 35.000 dalam menawarkan barang.

D. *Penelitian Terdahulu*

Penelitian terdahulu bertujuan untuk memperoleh referensi serta perbandingan. Selain itu, untuk menghindari adanya persamaan dengan penelitian ini:

1. Fiki Andika Putra, Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Strategi Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli (Studi Kasus Di Toko Serba Rp 35.000 Jl. Hayam Wuruk Kota Bandar Lampung)

Perbedaan karya ilmiah Fiki Andika Putra berfokus pada tinjauan hukum Islam terhadap strategi promosi satu harga dalam jual beli maksud dari penelitian tersebut merupakan promosi satu harga dalam jual beli yang ditinjau dari hukum Islam berdasarkan syarat dan rukun jual beli. Sedangkan karya ilmiah yang penulis tulis dimana penulis berfokus pada tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik promosi satu harga dalam jual beli maksud dari penelitian tersebut adalah trik marketing yang digunakan pada toko serba Rp 35.000 yang ditinjau dari hukum ekonomi syariah berdasarkan etika dalam promosi, promosi dalam perspektif hukum ekonomi syariah, prinsip-prinsip dalam jual beli, dan kompilasi hukum ekonomi syariah. Praktik promosi yang dilakukan melalui

promosi satu harga dalam jual beli adalah dengan cara memasang *banner* yang bertuliskan serba Rp 35.000 di luar dan di dalam toko.⁵

Letak persamaan dalam penelitian ini adalah sama sama membahas tentang promosi satu harga dalam jual beli.

2. Anita Roikhatul Janah, mahasiswi IAIN Purwokerto dengan judul “Jual Beli Dengan Sistem Banting Harga Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Toko Baju Apple Blossom Purwokerto)”.

Perbedaan karya ilmiah Anita Roikhatul Janah berfokus pada jual beli dengan sistem banting harga perspektif hukum ekonomi syariah maksud dari penelitian tersebut merupakan kegiatan perdagangan yang bertujuan untuk mencari laba dengan cara menjual barang menggunakan taraf harga yang lebih rendah dari harga yang berlaku di pasaran. Sedangkan karya ilmiah yang penulis tulis dimana penulis berfokus pada tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik promosi satu harga dalam jual beli maksud dari penelitian tersebut adalah trik *marketing* yang digunakan pada toko serba Rp 35.000 dalam menawarkan barang dengan tujuan agar masyarakat tertarik untuk mengunjungi dan membeli di toko tersebut.

Praktik promosi yang dilakukan melalui jual beli dengan sistem banting harga adalah dengan cara pemilik toko dan karyawan toko sudah mempersiapkan baju-baju yang akan dibanting harga serta diberi label harga sekaligus, sehingga ketika pembeli datang bisa dengan mudah memilih baju yang akan dibeli karena

⁵ Fiki Andika Putra. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Strategi Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli*, Lampung, 2020, h. 2.

sudah tertata rapi dan terpisah dari barang lain yang tidak dijual dengan sistem banting harga.⁶

Letak persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang jual beli yang ditinjau dari aspek hukum ekonomi syariah.

3. Yulianti mahasiswi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul “Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”.

Perbedaan karya ilmiah Yulianti berfokus pada analisis strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan produk online shop ditinjau dari perspektif ekonomi Islam maksudnya adalah dengan melakukan strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial khususnya instagram sehingga bisa saling memberi informasi kepada sesama dengan cara re-posting produk tersebut. Sedangkan karya ilmiah yang penulis tulis dimana penulis berfokus pada tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik promosi satu harga dalam jual beli maksud dari penelitian tersebut adalah trik *marketing* yang digunakan pada toko serba Rp 35.000 dalam menawarkan barang dengan tujuan agar masyarakat tertarik untuk mengunjungi dan membeli di toko tersebut.

Praktik promosi yang dilakukan melalui pemanfaatan media sosial instagram adalah dengan cara toko Miandsha mengunggah gambar produk dengan memberikan keterangan gambar sedetail mungkin perihal produk-produk

⁶ Anita Roikhatul Janah. *Jual Beli Dengan Sistem Banting Harga Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, Purwokerto, 2021, h. 51.

Miandsha shop itu sendiri. Sehingga konsumen tertarik untuk mengunjungi akun instagram milik Miandsha karena feed atau tampilan instagram menarik.⁷

Letak persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang promosi yang ditinjau dari sudut pandang ekonomi Islam.

4. Selpi Musir mahasiswi IAIN Palopo dengan judul “Promosi Hadiah Alfamart Di Jalan Ratulangi Lemo-Lemo Palopo Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”.

Perbedaan karya ilmiah Selpi Musir berfokus pada promosi hadiah alfamart di jalan ratulangi lemo-lemo palopo perspektif hukum ekonomi syariah maksud dari penelitian tersebut adalah pemberian hadiah baik berupa uang, barang, dan jasa artinya penghargaan kepada seseorang untuk hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan. Sedangkan karya ilmiah yang penulis tulis dimana penulis berfokus pada tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik promosi satu harga dalam jual beli maksud dari penelitian tersebut adalah trik *marketing* yang digunakan pada toko serba Rp 35.000 dalam menawarkan barang dengan tujuan agar masyarakat tertarik untuk mengunjungi dan membeli di toko tersebut.

Praktik promosi yang dilakukan alfamart Ratulangi Lemo-Lemo adalah dengan memberikan hadiah kepada konsumen dengan syarat, terpenuhinya jumlah kriteria belanja serta memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh pihak alfamart.⁸

Letak persamaan dalam penelitian ini sama sama membahas tentang promosi yang ditinjau dari sudut pandang hukum ekonomi syariah.

⁷ Yulianti. *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*, Lampung, 2019, h. 88.

⁸ Selpi Musir. *Promosi Hadiah Alfamart di Jalan Ratulangi Lemo-Lemo Palopo Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, Palopo, 2020, h. 48.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berikut tujuan penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui bagaimana praktik promosi satu harga dalam jual beli pada toko serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali kabupaten Polewali Mandar
- b. Untuk mengetahui bagaimana perspektif hukum ekonomi syariah terhadap praktik promosi satu harga dalam jual beli pada toko serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali kabupaten Polewali Mandar

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, bahan referensi, serta memberikan ilmu pengetahuan khususnya pada hukum ekonomi syariah yang berkaitan dengan praktik promosi satu harga dalam jual beli.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran pada masyarakat yang berkaitan dengan praktik promosi satu harga dalam jual beli.
- 2) Memberikan referensi pada penelitian yang akan datang yang berhubungan dengan judul peneliti.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS


A. *Promosi*

1. **Pengertian Promosi**

Promosi adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan meningkatkan popularitas atau penjualan suatu produk, layanan, atau acara. Tujuan dari promosi adalah untuk menarik perhatian target pasar, mempengaruhi keputusan pembelian, dan membangun kesadaran merek.

Promosi dapat dilakukan dengan melalui berbagai cara seperti iklan di media massa, promosi penjualan, sponsor acara, pameran dagang, kontes atau giveaway, dan kegiatan pemasaran lainnya. Selain itu, dengan adanya perkembangan teknologi dan media sosial, promosi juga dapat dilakukan melalui media platform online seperti media sosial, website, dan email marketing.

Dalam promosi terdapat beberapa elemen penting yang perlu diperhatikan, seperti pesan promosi yang jelas dan menarik, pemilihan media yang tepat untuk target pasar yang dituju, serta pengukuran hasil promosi untuk mengevaluasi efektivitasnya.¹ Adapun ayat yang membahas tentang kejujuran dalam melakukan promosi terdapat dalam QS Al-Ahzab/33: 70 yang berbunyi:

 يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar. (QS Al-Ahzab/33: 70)

¹ Heri Yanto. *Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Terhadap Minat Pembeli Pada Toko Zoya Palembang*, Palembang, 2018, h. 23.

Terjemahannya dalam bahasa mandar:

E inggannana to matappa', takwao di Puang Alla Taala anna pappauo pau parua. (QS Al-Ahzab/33: 70)²

Surah Al-Ahzab ayat 70 membahas tentang Allah memerintahkan kepada umatnya agar berkata jujur dan benar, tidak berdusta, tidak menipu, dan tidak menyimpang dari kebenaran. Jika dikaitkan dengan promosi satu harga yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 dimana pemilik toko menerapkan promosi satu harga tetapi yang terjadi pada toko itu tidaklah seperti itu karena masih banyak barang yang dijual dengan harga lain bahkan mencapai hingga ratusan ribu.

Promosi penjualan mencakup berbagai metode untuk mencapai rekomendasi pemasaran dan menghemat biaya dengan memberikan nilai pada produk kepada perantara dan konsumen pribadi, biasanya tidak terbatas oleh jangka waktu tertentu.³

Banyak ahli yang menjelaskan pandangan dan pendapat mereka tentang promosi. Diantaranya adalah:

- a. Kotler dan Armstrong, mendefinisikan pengertian promosi bahwa Promosi menekankan pada komunikasi pada suatu kegiatan dengan disertai keunggulan produk dan berusaha untuk persuasif dalam menyampaikan ke pelanggan untuk membelinya.
- b. Menurut Tjiptono, pada intinya suatu promosi merupakan bentuk komunikasi marketing dengan pengertian komunikasi marketing adalah suatu kegiatan pemasaran yang berupaya untuk mempengaruhi

² Muh Idham Khalid Bodi. *Koroang Mala'bi Al-Quran Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, (Makassar: Direktorat Jendral Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019), h. 105.

³ Heri Yanto. *Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Terhadap Minat Pembeli Pada Toko Zoya Palembang*, h. 25.

serta memberikan *notice* kepada target pasar atas produk yang dijual dengan tujuan mampu menerima, mengkonsumsi, dan setia pada produk tersebut.⁴

Berdasarkan beberapa definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa Promosi merupakan segala upaya badan usaha untuk mempengaruhi konsumen dengan tujuan untuk mau mengkonsumsi produk maupun jasa yang dijualnya.

2. Macam-Macam Media Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Pada kegiatan ini, setiap perusahaan berusaha mempromosikan semua produk dan jasa yang dimilikinya.

Jika tidak ada promosi, pelanggan tidak akan mengenal barang atau jasa yang ditawarkan, sehingga promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Salah satu tujuan promosi perusahaan yaitu menginformasikan semua jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik pelanggan baru.⁵ Ada berbagai macam media promosi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk, layanan, atau acara. Beberapa contoh media promosi yang umum digunakan antara lain:

- a. Iklan di Media Massa: meliputi televise, iklan radio, iklan cetak, (seperti Koran dan majalah), serta iklan luar ruangan (billboard, spanduk, dan poster).
- b. Media Sosial: platform media sosial seperti facebook, instagram, twitter, linkedIn, dan you tube dapat digunakan untuk

⁴ Mohammad, Ramadani. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Handphone. *Jurnal Iqtishadequity*, 1 (2), 38-39.

⁵ Kasmir. *Kewirausahaan*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), h. 198-201.

mempromosikan produk atau layanan dengan membuat konten menarik, berbagai informasi, dan berinteraksi dengan audiens.

- c. Website dan Blog: mempunyai website atau blog yang informatif dan menarik dapat menjadi media promosi yang efektif. Konten yang relevan dan berkualitas dapat menarik pengunjung dan memperkenalkan produk atau layanan kepada mereka.
- d. Email Marketing: mengirimkan email kepada pelanggan atau calon pelanggan dengan informasi tentang penawaran khusus, diskon, atau berita terkini dapat menjadi media promosi yang efektif.
- e. Promosi Penjualan: meliputi kegiatan seperti diskon, penawaran bundling, hadiah gratis, atau kontes yang bertujuan mendorong pembelian produk atau layanan.
- f. Sponsorship: menjadi sponsor acara atau kegiatan tertentu dapat membantu memperkenalkan merek kepada khalayak yang lebih luas.
- g. Pameran Dagang: berpartisipasi dalam pameran dagang atau acara industry sejenis dapat memberikan kesempatan untuk memperkenalkan produk atau layanan kepada audiens yang relevan.
- h. Influencer Marketing: bekerja sama dengan influencer atau selebriti di media sosial untuk mempromosikan produk atau layanan dapat membantu mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran merek.

Setiap promosi memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Pemilihan media promosi yang tepat perlu disesuaikan dengan target pasar, tujuan promosi dan anggaran yang tersedia.⁶

3. Tujuan Promosi

Tujuan dari promosi adalah untuk menarik perhatian target pasar, mempengaruhi keputusan pembelian, dan membangun kesadaran merek. Berikut tujuan promosi:

a. Memberikan Informasi

Memberi informasi yang akurat tentang barang yang ditawarkan, seperti siapa penjualnya, siapa pembuatnya, di mana dapat diperolehnya, harganya, dan sebagainya. Informasi dapat diberikan dengan berbagai cara, seperti tulisan, gambar, kata-kata, dan lain-lain.

b. Membujuk dan Mempengaruhi

Promosi selain bersifat informatif juga bersifat persuasif terutama kepada pelanggan yang memiliki kemampuan untuk menyatakan bahwa suatu produk lebih unggul dari yang lain.

c. Menciptakan Kesan “*Image*”

Penjual dapat menggunakan promosi untuk menciptakan kesan unik bagi pelanggan yang akan membeli produk yang diiklankan. Misalnya, iklan “*advertising*” dapat menggunakan warna, gambar, dan

⁶ Hitesh Bhasin, “Marketing” <https://www.marketing91.com/types-of-advertising-media/> (Di akses pada 03 Desember 2023, Pukul 20.24).

bentuk yang menarik untuk menciptakan gambar produk yang diinginkan.⁷

4. Etika Dalam Promosi

Dalam dunia bisnis, pemasaran yaitu konsep yang digunakan untuk melakukan penjualan yang diharapkan akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dan individu. Setiap perusahaan akan menggunakan berbagai taktik pemasaran untuk memaksimalkan keuntungan mereka. Promosi yaitu salah satu cara strategi pemasaran dalam perusahaan.

Tantangan bagi pelaku usaha dalam memasarkan produknya yaitu karena adanya persaingan. Inilah yang memotivasi setiap perusahaan untuk mencoba hal-hal baru sehingga apa yang dibutuhkan dapat diselesaikan dengan baik. Di tengah persaingan, banyak orang yang menggunakan jalan pintas dan menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuan mereka, yaitu memperoleh keuntungan, yang cenderung melanggar etika. Ada kesadaran tentang pertimbangan etika promosi, terutama dalam hal kegiatan promosi yang didorong oleh kenyataan bahwa bisnis sering mengabaikan etika.⁸

Etika yaitu pemahaman tentang apa yang benar dan salah dalam tindakan moral yang diambil seseorang. Dalam arti lain, etika yaitu ketentuan sosial yang disepakati dan dilaksanakan secara tidak tertulis oleh semua orang dalam masyarakat tertentu. Oleh karena itu, hukuman yang diberikan ketika seseorang melanggar etika, seperti menjauhi atau mengabaikan, juga bersifat sosial. Hal Ini

⁷ Mira Handayani. *Strategi Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Toko Cahaya Terang Kota Palopo*, Palopo, 2019, h.21.

⁸ Nur Wanita. Bauran Promosi (Promotion Mix) Konvensional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islami, *Jurnal Studi Ilmu Syariah dan Hukum*, 10 (1), 2022, h. 38.

berbeda dengan undang-undang yang dibuat oleh pemerintah, yang memiliki hukuman yang jelas untuk pelanggaran.⁹

Pada dasarnya, dua prinsip utama etika promosi yaitu tidak menipu dan tidak melanggar norma kesopanan masyarakat. Namun, sebagian besar pemasar, baik perusahaan, produsen maupun penjual, telah melanggar kedua prinsip ini saat mempromosikan barang mereka. Di antara kedua poin tersebut, para pemasar paling sering mengabaikan poin pertama. Ini semua dilakukan dengan tujuan mendapatkan hasil yang cepat. Pelanggaran etika ini membuat konsumen menjadi korban melainkan juga terhadap pesaingnya.¹⁰

5. Promosi Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Berdasarkan prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan semangat beribadah kepada Allah SWT dan berusaha semaksimal mungkin untuk kebaikan bersama, bukannya untuk kepentingan golongan atau diri sendiri. Bisnis Islami didasarkan pada kaidah fiqih yang menyatakan bahwa mereka terikat dengan perjanjian bisnis mereka kecuali perjanjian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.

Dalam Islam promosi yang dibenarkan adalah yang baik dan benar seperti promosi yang mengandung nilai kejujuran dan transparansi. Nilai kejujuran yang dimaksud adalah menekankan pentingnya kejujuran dan kebenaran dalam setiap transaksi, pelaku bisnis diharapkan untuk memberikan informasi yang jujur dan akurat kepada konsumen termasuk mengenai kualitas, harga, dan kondisi barang

⁹ Nur Wanita. *Bauran Promosi (Promotion Mix) Konvensional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islami*, h. 39.

¹⁰ Nur Wanita. *Bauran Promosi (Promotion Mix) Konvensional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islami*, h. 40.

yang ditawarkan, dan transparansi yang maksud adalah Pelaku bisnis diharapkan untuk memberikan informasi yang jelas dan transparan kepada konsumen mengenai barang atau jasa yang ditawarkan, termasuk tentang kondisi, manfaat, risiko, dan ketentuan transaksi. Serta didalamnya tidak terdapat unsur-unsur gharar atau kebohongan dan penipuan baik dari segi kuantitas maupun kualitas.¹¹

Adapun ayat yang membahas tentang kejujuran dalam melakukan promosi terdapat dalam QS Al-Ahzab/33: 70 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوْا اللّٰهَ وَقُوْلُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ﴿٧٠﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar. (QS Al-Ahzab/33: 70)

Terjemahannya dalam bahasa mandar:

E inggannana to matappa', takwao di Puang Alla Taala anna pappauo pau parua. (QS Al-Ahzab/33: 70)¹²

Surah Al-Ahzab ayat 70 membahas tentang Allah memerintahkan kepada umatnya agar berkata jujur dan benar, tidak berdusta, tidak menipu, dan tidak menyimpang dari kebenaran. Jika dikaitkan dengan promosi satu harga yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 dimana pemilik toko menerapkan promosi satu harga tetapi yang terjadi pada toko itu tidaklah seperti itu karena masih banyak barang yang dijual dengan harga lain bahkan mencapai hingga ratusan ribu.

¹¹ Dika Hikmawan. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islami, *Change Think Journal*, 1 (1), 2022, h. 54-55.

¹² Muh Idham Khalid Bodi. *Koroang Mala'bi Al-Quran Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, (Makassar: Direktorat Jendral Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019), h. 105.

B. *Jual Beli*

1. Pengertian Jual Beli

Menurut bahasa, jual beli adalah menukar sesuatu dengan sesuatu lainnya, sementara menurut istilah, jual beli adalah menukar harta dengan harta berdasarkan pendapat cara-cara yang telah ditetapkan-syara'. Berikut beberapa pendapat ulama tentang pengertian jual beli:

- a. Menurut Hanafiah, jual beli memiliki dua arti: arti khusus dan arti umum. Arti khusus jual beli yaitu tukar menukar sesuatu dengan uang atau emas atau perak. Arti umum jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta tertentu, termasuk uang atau materi (barang).
- b. Menurut Syafi'iyah, jual beli yaitu akad yang berisi pertukaran harta dengan harta dengan syarat-syarat yang akan ditentukan kemudian untuk menjamin kepemilikan barang.
- c. Jual beli menurut Hanabilah yaitu memperdagangkan harta dengan harta, menukar keuntungan yang dapat diterima dengan keuntungan yang halal untuk selama-lamanya, bukan riba atau hutang.¹³

2. Dasar Hukum Jual Beli

Berdasarkan beberapa ayat al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW yang berkaitan dengan jual beli, jual beli memiliki landasan yang kuat. Antara lain:

¹³ Hidayatul Azqia. Jual Beli Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Al-Rasyad*, 1, 2022, h. 64-66.

a. Allah berfirman dalam QS An-Nisa'/4: 29

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

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa 4:29)

Terjemahannya Dalam Bahasa Mandar:

E, inggannana to matappa', da sipande barang-barang di antaramu mie' (tangkalang iya) salah, selaengna sawa' pa'danggangan iya melo' para melo' di antaramu mie'. Anna da mie' pappatei alawemu. Sitongangna Puang Allah Taala Diangi Massaro Makkesayang di sesemu mie'. (QS. An-Nisa 4:29)¹⁴

Surah An-Nisa ayat 29 menjelaskan bahwa ayat tersebut berfungsi

sebagai dasar jual beli dalam sistem ekonomi Islam, sehingga orang dapat memahami hal yang penting di dalamnya. Ini juga dimaksudkan untuk membangun perdagangan dan kesejahteraan sosial. Para ulama menjelaskan ayat di atas dengan dua syarat: pertama, perdagangan harus dilakukan atas dasar saling rela; kedua, tidak boleh satu pihak memperoleh keuntungan dengan merugikan pihak lain; dan ketiga, tidak boleh saling merugikan.

¹⁴ Muh Idham Khalid Bodi. *Koroang Mala'bi Al-Quran Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, (Makassar: Direktorat Jendral Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019), h. 147.

Dasar Hukum jual beli berdasarkan sunnah Rasulullah, antara lain:

a. Hadis yang diriwayatkan oleh Rifa'ah bin Rafi' RA:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ { أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ { رَوَاهُ الْبَزَّازُ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

Terjemahnya:

Rifa'ah bin Rafi' RA, sesungguhnya Nabi SAW ditanya: “apa pekerjaan yang paling utama dan baik?” Rasul menjawab, “pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya dan setiap jual beli yang baik. (HR. Al-Bazar dan dibenarkan Al-Hakim).¹⁵

Maksud dari hadis diatas adalah jual beli yang jujur, tanpa diiringi

kecurangan-kecurangan, akan mendapat berkat dari Allah.

3. Macam-Macam Jual Beli

Jual beli dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, termasuk barang dan topik jual beli. Berikut pembahasannya:

- a. Objek jual beli ada tiga macam yang ditinjau dari sisi benda:
 - 1) Jual beli barang yang kelihatan, ini adalah jenis transaksi di mana penjual dan pembeli berada di depan satu sama lain.
 - 2) Kualitas jual beli ditentukan dalam perjanjian, terutama jual beli salam, di mana transaksi dilakukan terlebih dahulu dan barang diberikan setelah kesepakatan antara penjual dan pembeli.
 - 3) Jual beli barang yang tidak ada dan tidak dapat dilihat dilarang dalam Islam karena barang tersebut tidak pasti dan dikhawatirkan

¹⁵ Abdul Rahman Ghazaly, dkk. *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2018), h. 69.

diperoleh dari barang titipan atau hasil curian, yang dapat menyebabkan kerugian bagi kedua belah pihak”.¹⁶

- b. Jual beli dari segi objeknya terbagi empat macam:
 - 1) *Ba'i al-muqayyadah* adalah jual beli barang dengan barang, seperti menukar baju dengan celana.
 - 2) *Ba'i al-muthlāq* adalah jual beli barang dengan mata uang, seperti dirham, dolar, atau rupiah.
 - 3) *Ba'i al-shārf* adalah jual beli barang yang serupa atau tidak serupa, seperti jual beli emas dengan emas atau perak. Selain itu, barang dapat ditukar dengan mata uang lainnya, seperti rupiah dapat ditukar dengan dollar atau sejenisnya.
 - 4) *Ba'i as-sālam* adalah jual beli di mana transaksi dilakukan di awal dan barang dikirim setelah transaksi, seperti jual beli online dengan sistem transfer.
- c. Ditinjau dari segi pelaku akad (subyek) jual beli terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:
 - 1) Akad jual beli yang dilakukan secara lisan, dan orang yang orang bisu biasanya diganti dengan bahasa isyarat.
 - 2) Penyampaian transaksi jual beli melalui perantara surat-menyurat seperti ini dilakukan antara penjual dan pembeli tanpa berhadapan langsung dalam satu tempat, seperti melalui pos.
 - 3) Jual beli dengan perbuatan (saling memberi), kadang-kadang

¹⁶ Hasan Akhmad Farroh. *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktik)*, (Malang: UIN Maliki Malang Press, 2018), h. 36.

disebut mu'athah, yaitu mengambil barang tanpa izin dan memberikan pembayaran kepada penjual (*qabul*), misalnya pembeli mengambil barang yang harganya sudah diketahui.¹⁷

4. Rukun dan Syarat Sah Jual Beli

a. Rukun Jual Beli

Ulama Hanafiyah mengatakan bahwa rukun jual beli yaitu *ijab* dan *qabul*, yang menunjukkan pertukaran barang secara langsung, baik melalui percakapan maupun tindakan. Ada empat rukun jual beli, yaitu:

- 1) *Bai'* (penjual).
- 2) *Mustari* (pembeli).
- 3) *Shighat* (ijab dan qabul).
- 4) *Ma'qud 'alaih* (benda atau barang).¹⁸

b. Syarat Jual Beli

Menurut para ulama, syarat sahnya jual beli harus sesuai dengan rukun jual beli yang terkait dengan subjek, objek, dan *ijab qabul*. *Al-bai* memiliki persyaratan. Berikut ketentuan jual beli:

Pertama tentang subjeknya, yaitu kedua belah pihak yang melakukan perjanjian jual beli (penjual dan pembeli) disarankan:

- 1) Adanya lafadz *ijab qabul* antara penjual dan pembeli.
- 2) Berakal sehat jasmani dan rohani.
- 3) Tidak ada unsur paksaan.

¹⁷ Hasan Akhmad Farroh. *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktik)*, h. 37.

¹⁸ Rachmat Syafe'i. *Fiqh Muamalah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), h. 75.

4) *Baligh* atau Dewasa.

Kedua, berkaitan dengan objeknya. Barang yang menyebabkan perjanjian jual beli disebut sebagai objek jual beli. Benda harus memenuhi persyaratan:

- 1) Suci barangnya, artinya barang yang dijual bukanlah benda yang tercela atau dilarang.
- 2) Dapat digunakan, karena setiap barang yang dijual dapat digunakan.
- 3) Milik orang yang melakukan akad pemilik sah barang tersebut yaitu orang yang melakukan perjanjian jual beli.
- 4) Mampu menyerahkan berarti bahwa sebagai pemilik barang, penjual dapat menyerahkan barang jual beli dalam bentuk dan jumlah yang telah disepakati.
- 5) Mengetahui dan melihat sendiri keadaan barang
- 6) Barang yang diakadkan di tangan atau diserahkan langsung.¹⁹

5. Prinsip-Prinsip Jual Beli

Secara khusus, prinsip muamalah (jual beli) terbagi menjadi dua kategori: apa yang diperintahkan dan apa yang dilarang.

a. Hal-Hal Yang Diperintahkan untuk Dilakukan

Prinsip-prinsip jual beli yang perintahkan, yaitu:

- 1) Jujur terhadap kondisi barang
- 2) Barang yang diperjualbelikan halal tidak haram.

¹⁹ Syaikh, dkk. *Fikih Muamalah Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer*, (Yogyakarta: K-Media, 2020), h. 51-56.

- 3) Menjual barang yang berkualitas tidak ada cacat sama sekali pada barang.
- 4) Tidak bersaing terhadap penjual lain dan tidak melakukan riba.
- 5) Mengeluarkan zakat setelah nisab serta haulnya tiba.²⁰

b. Hal-Hal Yang Dilarang Untuk Dilakukan

Hal-hal yang dilarang dalam jual beli, yaitu:

1) Gharar

Yaitu jual beli barang yang wujudnya dan akad transaksinya belum jelas, sehingga mengandung unsur penipuan. Tidak ada dalil yang tegas dalam al-Qur'an yang membahas masalah gharar.²¹ Secara umum dapat ditemukan dalam surah Al-Baqarah/2:188 yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ
لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahnya:

Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui. (QS Al-Baqarah/2:188)

Terjemahannya Dalam Bahasa Mandar:

*Anna dao paande barammu anna (da to'o) paande barang laenna cara andiang macoa, anna (da to'o) mambawa barang lao di hakim, malao maande sambareang barang pole di tau laeng (mappogau' dosa), anna muissangi. (QS Al-Baqarah/2:188)*²²

²⁰ Madani. Hukum Bisnis Syariah, (Jakarta: Prenamedia Group, 2014), h. 31-32.

²¹ Aryadi. Bisnis Dalam Islam, *Jurnal Hudratul Madaniyah*, 10 (1), 2018, h. 22.

²² Muh Idham Khalid Bodi. *Koroang Mala'bi Al-Quran Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, (Makassar: Direktorat Jendral Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019), h. 50.

Surah Al-Baqarah ayat 188 memberikan peringatan dan ancaman bagi mereka yang zalim dengan memakan atau menguasai harta orang lain dengan cara batil, seperti halnya ketika melakukan transaksi jual beli yang mengandung unsur penipuan.

2) Curang (*al-Gabn* dan *Tadlis*)

Ghabn yaitu harga yang jauh lebih murah atau lebih tinggi dari harga rata-rata saat ini. Sedangkan *Tadlis* melakukan penipuan dengan menyembunyikan kesalahan pada produk yang akan dijual saat transaksi berlangsung. Penipuan yang dilakukan seorang penjual bisa merugikan dirinya sendiri dan juga orang lain.

3) Riba

Riba disebut juga dengan *fadh*l yaitu keuntungan yang diperoleh dari jual beli. Riba juga terkait dengan penetapan harga karena pemasok akan menolak untuk membayar barang jika pelanggan menetapkan harga yang sangat tinggi. Akibatnya, sebelum menentukan harga, penjual dan pembeli harus mencapai kesepakatan.

4) Ihtikar

Ihtikar yaitu praktik menimbun barang untuk kemudian dijual dengan harga yang lebih baik. Ihtikar dilarang karena berpotensi merugikan banyak orang. Menimbun, membekukan, menunda, dan menariknya dari peredaran akan membuat susahnya pengendalian pasar.

5) Mengurangi timbangan atau takaran

Timbangan atau takaran sebagai alat penjualan mirip dengan perdagangan. Kecurangan takaran dan timbangan dilakukan untuk memperoleh keuntungan cepat, dan perilaku yang mengurangi takaran ini termasuk dalam penipuan karena mengurangi hak orang lain. Kecurangan dalam bisnis dilarang.²³

C. *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*

1. **Pengertian Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah**

Istilah kompilasi diambil dari perkataan *compirale* yang mempunyai arti mengumpulkan bersama-sama, seperti mengumpulkan peraturan-peraturan yang tersebar dimana-mana. Defenisi hukum dari *Oxford English Dictionary* adalah kumpulan aturan, perundang-undangan, atau hukum kebiasaan, di mana satu Negara atau masyarakat mengakuinya sebagai sesuatu yang mempunyai kekuatan mengikat terhadap warganya.²⁴

Ekonomi syariah adalah usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh orang perseorangan, kelompok orang, badan usaha yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum dalam memnuhu kebutuhan yang bersifat komersial menurut prinsip syariah.²⁵

²³ Aryadi. *Bisnis Dalam Islam*, h. 23.

²⁴ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenada Media,2012), h. 376.

²⁵ M. Fauzan, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), h. 3.

2. Lahirnya Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Pada awalnya pada wakil rakyat di senayan merevisi Undang-Undang No. 7 Tahun 1998 tentang Peradilan Agama. Lalu lahirnya Undang-Undang No. 3 Tahun 2006. Dengan Undang-Undang Peradilan Agama yang baru ini, ada banyak hal yang berubah. Namun perubahan yang paling mencolok terjadi pada pasal 49, dengan pasal itu sejak Maret 2006 lalu Peradilan Agama mempunyai harapan baru berupa penyelesaian sengketa ekonomi syariah.²⁶

Sengketa di bidang ekonomi syariah diprediksi akan ramai di kemudian hari. Ekonomi syariah selalu dipandang berbeda dengan ekonomi konvensional, namun keduanya selalu berkaitan dengan kontrak (perjanjian). Para pihak yang terlibat memungkinkan mencederai apa yang telah disepakati bersama untuk menyelesaikan sengketa ekonomi syariah di meja hijau.

Mahkama Agung (MA) pun menyadari perlunya mengolah bahan-bahan itu menjadi hukum positif agar bisa diterapkan di pengadilan agama. Untuk program jangka pendek, paling lama tidak dibutuhkan sebuah Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) mengikuti jejak Kompilasi Hukum Islam (KHI) yang sudah ada.

Lahirnya KHES berawal dari terbitnya UU No.3 tahun 2006 ini memperluas kewenangan pengadilan agama (PA) sesuai dengan perkembangan hukum dan kebutuhan umat Islam . kini peradilan agama (PA) tidak hanya berwenang menyelesaikan sengketa dibidang perkawinan, waris, wasiat, hibah,

²⁶ Her, “*Menguntit Jejak Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*” <https://www.hukumonline.com/berita/a/menguntit-jejak-kompilasi-hukum-ekonomi-syariah-hol17923/?page=4> (diakses pada 02 Desember 2023, pukul 22.29).

wakaf, dan shadaqah saja tetapi juga mengenai permohonan pengangkatan anak dan sengketa dalam zakat, infak dan sengketa hak milik antara sesama muslim. Setelah UU No. 3 tahun 2006 maka ketua Mahkamah Agung (MA) membentuk tim penyusunan KHES berdasarkan surat keputusan No. KMA/097/SK/X/2006 tanggal 20 oktober 2006.²⁷ Kemudian Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) diterbitkan dalam bentuk Peraturan Mahkamah Agung (PERMA) Nomor 2 Tahun 2008 Tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Perma ini dikeluarkan dengan prioritas untuk kalangan hakim pengadilan dalam lingkungan pengadilan agama (PA).²⁸

3. Dasar dan Tujuan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Kompilasi hukum ekonomi syariah disusun sebagai respon terhadap perkembangan baru dalam hukum muamalat dan bentuk praktik-praktik ekonomi syariah melalui lembaga keuangan syariah yang memerlukan paying hukum. Secara konstitusional, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah disusun sebagai respon terhadap UU No. 3 Tahun 2006 tentang perubahan atas UU no. 7 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama (UUPA), yang memperluas kewenangan peradilan agama, seperti Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah merupakan upaya “positifisasi” hukum muamalat dalam kehidupan umat Islam di Indonesia yang secara konstitusional sudah dijamin oleh sistem konstitusi Indonesia.²⁹

²⁷ Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2006 *Tentang Peradilan Agama*.

²⁸ Roisku, “tinjauan terhadap kompilasi Hukum ekonomi syariah” <http://www.mas-roisku-muslimblogspot.in/2010/09/tinjauan-j-terhadap-kompilasi-hukum-htm1>m=1>. (diakses pada 02 Desember pukul 22.38).

²⁹ Abdul Mughits, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Dalam Tinjauan Hukum Islam*, (Yogyakarta: Al-Mawarid, 2008), h. 157.

Adapun dasar dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah adalah Undang-Undang No. 3 Tahun 2006 tentang Peradilan Agama, Undang-Undang No. 19 Tahun 2008 tentang surat berharga syariah Negara. Tujuan dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah adalah:

- a. Hakim peradilan dalam lingkungan peradilan agama yang memeriksa, mengadili, menyelesaikan, perkara yang berkaitan dengan ekonomi syariah, mempergunakan sebagai pedoman prinsip syariah dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.
- b. Mempergunakan sebagai pedoman prinsip syariah dalam kompilasi hukum ekonomi syariah sebagaimana dimaksud ayat (1), tidak mengurangi tanggungjawab hakim untuk mengadili dan menemukan hukum untuk menjamin putusan yang adil dan benar.³⁰

4. Unsur Jual Beli Berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, unsur jual beli ada ada tiga, yaitu:

- a. Pihak-pihak. Pihak-pihak yang terkait dalam perjanjian jual beli terdiri atas penjual, pembeli dan pihak lain yang terlibat dalam perjanjian tersebut.
- b. Objek. Objek jual beli terdiri atas benda yang berwujud, dan benda yang tak berwujud, yang bergerak maupun benda yang tidak bergerak, dan yang terdaftar maupun tidak terdaftar. Syarat objek yang diperjualbelikan adalah sebagai berikut: barang yang dijualbelikan

³⁰ M. Fauzan, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, h. 87.

harus ada, barang yang dijualbelikan harus dapat diserahkan, barang yang dijualbelikan harus berupa barang yang memiliki harga/nilai tertentu, barang yang dijualbelikan harus halal, barang yang dijualbelikan harus diketahui oleh pembeli, kekhususan barang yang dijualbelikan harus diketahui, penunjukkan dianggap memenuhi syarat langsung oleh pembeli tidak memerlukan penjualan lebih lanjut, dan barang yang dijual harus ditentukan secara pasti pada waktu akad. Jual beli dapat dilakukan terhadap: barang yang terukur menurut porsi, jumlah, berat, atau panjang, baik berupa satuan atau keseluruhan, barang yang ditakar atau ditimbang sesuai jumlah yang ditentukan, sekalipun kapasitas dari takaran dan timbangan tidak diketahui, dan satuan komponen dari barang yang dipisahkan dari komponenen lain yang telah terjual.

c. Kesepakatan. Kesepakatan dapat dilakukan dengan tulisan, lisan, dan isyarat, ketiganya mempunyai makna hukum yang sama. Ada dua bentuk akad, yaitu:

- 1) Akad dengan kata-kata, dinamakan juga dengan ijab Kabul, ijab yaitu kata-kata yang diucapkan terlebih dahulu. Misalnya: penjual berkata: “Baju ini saya jual dengan harga Rp 10.000”. Kabul, yaitu kata-kata yang diucapkan kemudian. Misalnya: pembeli berkata: “Barang saya terima”.
- 2) Akad dengan perbuatan, dinamakan juga dengan *mu'athah*. Misalnya: pembeli memberikan uang seharga Rp 10.000, kepada

penjual, kemudian mengambil barang senilai itu tanpa terucap kata-kata kedua belah pihak.³¹

5. Pasal-Pasal Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Adapun beberapa pasal yang membahas tentang akibat bai' (jual beli) yang sesuai dengan pembahasan dalam penelitian ini yaitu:

a. Pasal 91

Jual beli yang sah dan mengikat berakibat berpindahnya kepemilikan objek jual beli.

b. Pasal 92

- (1) Jual beli yang batal tidak berakibat berpindahnya kepemilikan.
- (2) Barang yang telah diterima pembeli dalam jual beli yang batal adalah barang titipan.
- (3) Pembeli harus mengganti barang yang telah diterima sebagaimana tersebut pada ayat (2) di atas, apabila barang itu rusak karena kelalaiannya.
- (4) Apabila barang yang harus diganti itu tidak ada di pasar, maka pembeli harus mengganti dengan uang seharga barang tersebut pada saat penyerahan.

c. Pasal 93

- (1) Dalam jual beli yang *fasad*, masing-masing pihak mempunyai hak untuk membatalkan akad jual beli.

³¹ Dr. Madani. *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2019), h. 102-103.

(2) Apabila pembeli telah mengubah barang yang telah diterimanya maka ia tidak punya hak untuk membatalkan akad jual beli.

d. Pasal 94

Dalam pembatalan jual beli *fasad*, apabila harga telah dibayar dan diterima oleh penjual, maka pembeli mempunyai hak untuk menahan barang yang dijual sampai penjual mengembalikan uangnya.

e. Pasal 95

Jual beli yang memenuhi syarat dan rukunnya adalah sah.

f. Pasal 96

Jual beli yang sah tidak dapat dibatalkan

g. Pasal 97

Dalam jual beli yang belum menimbulkan hak dan kewajiban (*ghayr lazim*), penjual dan pembeli memiliki hak pilihan (*khiyar*) untuk membatalkan jual beli itu.

h. Pasal 98

Jual beli yang dilakukan oleh pihak yang tidak cakap hukum adalah sah apabila mendapat izin dari pemilik barang atau wakilnya.

i. Pasal 99

Persyaratan yang berlaku pada jual beli juga berlaku pada barter.³²

³² M. Fauzan, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, h. 66-68.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. *Jenis dan Lokasi Penelitian*

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*), dan metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui fakta dan menemukan ketidaksesuaian dalam masyarakat yang terkait dengan praktik promosi satu harga dalam jual beli.

2. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang beralamat di Jl. Ahmad Yani Polewali, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat 91311 tepatnya pada toko serba Rp 35.0000. Alasan memilih toko serba Rp 35.000 sebagai lokasi penelitian karena toko tersebut merupakan salah satu toko serba Rp 35.000 yang setiap harinya banyak dikunjungi masyarakat.

Sehingga berpotensi menimbulkan suatu permasalahan karena adanya ketidaksesuaian terhadap promosi di toko serba Rp 35.0000 yang dimana pada toko tersebut menerapkan promosi satu harga, padahal yang terjadi sebenarnya tidaklah seperti itu karena masih banyak barang yang harganya melebihi dari harga Rp 35.0000 bahkan ada yang mencapai ratusan ribu.

B. *Pendekatan Penelitian*

Jenis pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan teologi normatif dan pendekatan sosiologis. Pendekatan teologi normatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah peneliti mampu mengkaji objek akan diteliti dan

dikorelasikan berdasarkan ajaran yang terkandung dalam Al-Quran dan hadist. Sehingga dapat menentukan hal-hal yang terkait dengan hukum halal dan haram, salah-benar, boleh dan tidak boleh, dan lain sebagainya, pada permasalahan yang akan dibahas.¹ Pendekatan sosiologis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian yang berhubungan langsung dengan masyarakat dimana peneliti melakukan interaksi secara langsung dengan orang-orang yang berada di lokasi penelitian.

C. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti ada 3, yaitu:

1. Observasi

Bentuk observasi yang akan dilakukan yaitu mengamati secara langsung terhadap suatu kegiatan atau objek yang diteliti. Untuk memperoleh data yang diperlukan sesuai dengan keadaan lapangan. Dalam penelitian ini peneliti mengobservasi bagaimana praktik promosi satu harga dalam jual beli yang terjadi pada toko tersebut.

2. Wawancara

Wawancara merupakan diskusi antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara secara mendalam antara peneliti dengan narasumber atau informan untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat terhadap suatu hal yang diteliti mengenai situasi dan kondisi tertentu, dan yang akan menjadi informan dalam penelitian ini adalah 1

¹ Luk Luk Nur Mufidah. Pendekatan Teologis Dalam Kajian Islam, *Jurnal Misykat*, 2 (1), 2017, h. 156.

orang pemilik toko atau penanggung jawab toko, dan 5 orang pengunjung toko yang disebut dengan konsumen.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan teknik pengumpulan data dari hasil penelitian mengenai hal-hal yang berupa catatan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.² selain itu, dokumentasi juga dapat dijadikan alat bukti bahwa penelitian ini benar-benar telah dilakukan oleh peneliti.

D. Instrumen Penelitian

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini instrumen yang lebih utama digunakan adalah peneliti itu sendiri sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan informasi. Dalam pengumpulan data tersebut juga digunakan alat bantu. Alat bantu yang digunakan yaitu alat tulis dan pedoman wawancara yang memungkinkan peneliti akan mewawancarai pemilik, karyawan, dan pengunjung toko. Selain itu, *smartphone* juga merupakan alat bantu dalam penelitian ini karena *smartphone* digunakan untuk merekam pada saat wawancara, dan bisa dijadikan sebagai alat dokumentasi untuk mengambil gambar pada saat wawancara.

E. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan sumber data utama dalam penelitian ini yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari

² Nurul Zuriah. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 191.

wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik, karyawan, dan pengunjung toko. Adapun jumlah informan yang akan di wawancarai yaitu: 1 orang pemilik toko, 3 orang karyawan toko, dan 5 orang pengunjung toko. Sedangkan, sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan dari buku, jurnal, dan penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data yaitu proses penelaahan, pengelompokan, sistematis, penafsiran, dan verifikasi data untuk memastikan bahwa sebuah peristiwa memiliki nilai ilmiah, sosial, dan akademis. Istilah analisis data juga berarti pengolahan data dan penafsiran data.³

Peneliti menggunakan model Miles dan Huberman untuk menganalisis data, yang terdiri dari tiga cara yaitu:

1. Reduksi Data

Cara mengurangi data penelitian ini yaitu dengan memilih semua data yang diperoleh dari observasi dan hasil wawancara, kemudian mengolah semua data supaya lebih bermakna.

2. Penyajian Data

Dalam penelitian ini dilakukan dalam bentuk uraian singkat. Tujuan dilakukan penyajian data agar data hasil reduksi bisa disusun dengan baik sehingga memudahkan bagi para pembaca untuk memahami data penelitian.

3. Penarikan Kesimpulan

³ Felix Sitorus, *Penelitian Kualitatif*, (Bogor: Kelompok Dokumentasi Ilmu-IlmuSosial, 1998), h. 59.

Penarikan kesimpulan, pada kesimpulan dalam penelitian ini merupakan tahap akhir dimana kesimpulan yang diperoleh bisa menjawab rumusan masalah dan bisa juga tidak, sebab rumusan masalah sifatnya hanya sementara dan dapat berkembang pada saat dilapangan.⁴

G. *Pengujian Keabsahan Data*

Untuk memastikan keabsahan data, triangulasi digunakan, atau cek dan ricek, yang berarti pengecekan data dengan berbagai sumber, teknik, dan waktu.

1. Triangulasi sumber penelitian: data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti hasil wawancara, buku-buku, jurnal, dan penelitian sebelumnya, dievaluasi untuk memastikan keakuratannya.
2. Triangulasi teknik dilakukan dengan mengevaluasi data yang diperoleh dari hasil observasi dengan wawancara untuk memastikan kebenaran data.
3. Triangulasi waktu digunakan dalam penelitian ini untuk menguji data dengan melakukan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam berbagai waktu dan kondisi. Prosedur ini harus dilakukan berulang-ulang untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar. Adapun waktu yang digunakan peneliti yaitu ketika pagi, siang, sore, dan malam.⁵

⁴ Felix Sitorus, *Penelitian Kualitatif*, h. 60.

⁵ Nusa Putra. *Penelitian Kualitatif Proses dan Aplikasi*, (Jakarta Barat: PT Indeks, 2011), h. 189.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Gambaran Umum Lokasi Penelitian*

1. Gambaran Toko Serba Rp 35.000

Dalam dunia bisnis ada banyak cara yang digunakan oleh perusahaan dalam menawarkan barang salah satunya adalah promosi satu harga. Promosi satu harga merupakan salah satu trik marketing yang digunakan dalam menawarkan produk. Promosi satu harga umumnya digunakan dalam penjualan fashion saja.

Salah satu toko pakaian yang berada di kabupaten Polewali Mandar tepatnya di Jl. Ahmad Yani Polewali juga menggunakan promosi seperti itu, yaitu promosi satu harga serba Rp 35.000. Toko serba Rp 35.000 berdiri sejak 15 Desember 2021, di bangun oleh bapak Agusmi Mario. yang memiliki 4 karyawan. 1 orang sebagai penanggung jawab toko, 1 orang sebagai kasir, dan 2 orang karyawan yang bertugas untuk mengawasi para pengunjung. Selain di kota Polewali bapak Agusmi Mario Juga memiliki toko yang beradi Wonomulyo tepatnya berada di Jl Jendral Sudirman kecamatan Wonomulyo yang didirikan pada awal Agustus tahun 2022. Toko serba Rp 35.000 yang berada di wonomulyo memiliki 6 karyawan. 1 orang sebagai penanggung jawab toko, 1 orang sebagai kasir, dan 4 orang karyawan yang bertugas untuk mengawasi para pengunjung. Adapun jadwal operasional setiap harinya pada toko serba Rp 35.000 dimulai pada jam 09.00 sampai 22.00 wita.

Selain di Polewali Mandar bapak Agusmi Mario juga memiliki beberapa toko yang berada di beberapa daerah yang ada di Sulawesi dan Kalimantan, di

Sulawesi selatan ada 7 toko yaitu (Makassar 2 toko, Barru, Masamba, Takalar, Jeneponto, dan Bulukumba), Sulawesi Barat ada 2 toko berada di kabupaten Polewali Mandar yaitu (Polewali dan Wonomulyo), Sulawesi Tengah ada 5 toko yaitu (Palu 2 toko, Poso 2 toko, dan Toli-Toli 1 toko), dan ada 2 toko yang berada di Kalimantan Timur yaitu (Sangatta dan Balikpapan). Jadi, jumlah keseluruhan toko serba Rp 35.000 yang di bangun oleh bapak Agusmi Mario sebanyak 16 cabang toko. Toko serba Rp 35.000 yang didirikan bapak Agusmi Mario baik itu toko yang berada di kabupaten Polewali Mandar ataupun toko yang berada di luar kota Polewali Mandar sistem marketingnya semuanya sama tidak ada perbedaan didalamnya mulai dari cara promosi hingga penetapan harga barang.

B. *Praktik Promosi Satu Harga Jual Beli Pada Toko Serba Rp 35.000 di Jl.*

Ahmad Yani Polewali Kabupaten Polewali Mandar

Promosi adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan meningkatkan popularitas atau penjualan suatu produk, layanan, atau acara. Tujuan dari promosi adalah untuk menarik perhatian target pasar, mempengaruhi keputusan pembelian, dan membangun kesadaran merek.

Promosi dapat dilakukan dengan melalui berbagai cara, seperti iklan di media massa, promosi penjualan, sponsor acara, pameran dagang, kontes atau giveaway, dan kegiatan pemasaran lainnya. Selain itu, dengan adanya perkembangan teknologi dan media sosial, promosi juga dapat dilakukan melalui media platform online seperti media sosial, website, dan email marketing.

Dalam promosi terdapat beberapa elemen penting yang perlu diperhatikan, seperti pesan promosi yang jelas dan menarik, pemilihan media yang tepat untuk

target pasar yang dituju, serta pengukuran hasil promosi untuk mengevaluasi efektivitasnya.¹ ada beberapa macam promosi dalam penjualan salah satunya adalah promosi satu harga, promosi satu harga merupakan sebuah trik marketing yang digunakan oleh perusahaan untuk menarik konsumen agar mengunjungi toko tersebut serta menjadi pembeda dari toko yang lain meskipun promosi satu harga ini sudah banyak toko yang telah menggunakan promosi seperti itu. Adapun tujuan dari promosi penjualan, yaitu:

1. Memberikan Informasi

Memberi informasi yang akurat tentang barang yang ditawarkan, seperti siapa penjualnya, siapa pembuatnya, di mana dapat diperolehnya, harganya, dan sebagainya. Informasi dapat diberikan dengan berbagai cara, seperti tulisan, gambar, kata-kata, dan lain-lain.

2. Membujuk dan Mempengaruhi

Promosi selain bersifat informatif juga bersifat persuasif terutama kepada pelanggan yang memiliki kemampuan untuk menyatakan bahwa suatu produk lebih unggul dari yang lain.

3. Menciptakan Kesan “*Image*”

Penjual dapat menggunakan promosi untuk menciptakan kesan unik bagi pelanggan yang akan membeli produk yang promosikan, misalnya promosi dapat menggunakan warna, gambar, dan bentuk yang menarik menciptakan gambar produk yang diinginkan.²

¹ Heri Yanto. *Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Terhadap Minat Pembeli Pada Toko Zoya Palembang*, h. 23.

² Mira Hnadayani, *Staregi penjualan dalam meningkatkan penjualan toko cahaya terang kota palopo*, h. 21.

Adapun wawancara antara peneliti dengan bapak Doni usia 35 tahun selaku penanggung jawab toko serba Rp 35.000 mengenai praktik promosi satu harga yang diterapkan di toko serba Rp 35.000 menyatakan bahwa:

“Praktik promosi yang diterapkan kami ini ketika konsumen membeli 1 atau 2 pakaian maka harganya itu tetap Rp 35.000, tetapi jika konsumen membeli pakaian sebanyak 3 lembar maka konsumen membayar Rp. 100.000, dan apabila pembelian barangnya mencapai hingga 12 lembar atau 1 lusin pakaian maka itu sudah termasuk grosir. Pembelian pakaian dengan harga Rp. 100.000 per tiga lembar itu hanya berlaku untuk pakaian yang harganya Rp 35.000 saja diluar dari Rp 35.000 itu tetap harga normal meskipun pengambilan banyak karena di toko ini menjual berbagai jenis pakaian dan alat rumah tangga”³

Praktik promosi satu harga pada toko serba Rp 35.000 itu yang dimaksud berdasarkan hasil wawancara adalah salah satu cara yang digunakan oleh pemilik dalam memberikan potongan harga kepada konsumen yang berbelanja. Selain itu barang yang ditawarkan pada toko serba Rp 35.000 ada berbagai jenis pakaian, adapun jenis pakaian yang dijual seperti pakaian anak hingga dewasa baik pakaian pria maupun wanita yang harganya mulai dari Rp 35.000 hingga ratusan ribu, dan juga ada berbagai macam alat rumah tangga.

Terkait dengan promosi satu harga peneliti juga menanyakan kepada penanggung jawab toko mengenai penggunaan promosi satu harga di toko serba Rp 35.000 yang tidak sesuai, menyatakan bahwa:

³ Doni (35 Tahun), Penanggung jawab Toko Serba 35.000, (Wawancara Polewali, 24 Agustus 2023)

“Kami menggunakan promosi satu harga di toko ini memang itu sudah menjadi trik marketingnya bos sejak berdirinya toko ini, dan barang yang ada di toko ini sejak awal itu memang harganya rata Rp 35.000, tapi karena seiring dengan perkembangan toko yang semakin banyak dikunjungi oleh masyarakat sehingga bos berinisiatif untuk menambah sedikit sedikit barang yang lebih berkualitas yah bisa dibilang barang import dan otomatis harganya juga di naikin”⁴

Penggunaan praktik promosi satu harga yang tidak sesuai pada toko serba Rp 35.000 yang dimaksud berdasarkan hasil wawancara adalah sebuah trik marketing dalam menawarkan barang agar para calon konsumen tertarik untuk mengunjungi toko. Trik marketing merupakan sebuah cara yang digunakan dalam menawarkan barang dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan. Penyebab adanya ketidaksesuaian promosi yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 karena melihat dari perkembangan toko yang dimana toko tersebut semakin ramai dikunjungi sehingga pemilik toko juga berinisiatif untuk menambah barang yang lebih berkualitas. Tujuannya adalah agar toko tersebut dapat bertahan dalam jangka panjang dan konsumen tidak merasa bosan dengan barang yang terdapat pada toko tersebut.

Dari penjelasan di atas peneliti juga menanyakan kepada bapak Doni selaku penanggung jawab toko serba Rp 35.000 terkait dengan pendapat penanggung jawab toko terhadap adanya promosi satu harga yang diterapkan oleh pemilik toko, menyatakan bahwa:

⁴ Doni (35 Tahun), Penanggung jawab Toko Serba 35.000, (Wawancara Polewali, 24 Agustus 2023)

“Menurut mas Doni selaku penanggung jawab toko penggunaan promosi satu harga itu bisa dibilang bagus sih dan efektif juga karena dengan menggunakan promosi satu harga itu dapat memudahkan masyarakat untuk mengetahui adanya toko tersebut, tapi tergantung juga tempatnya bagaimana, karena ketika masyarakatnya sudah terbiasa akan promosi seperti ini mungkin itu akan menjadi hal biasa saja, tetapi ada juga masyarakat ketika melihat sesuatu hal yang baru maka ia akan penasaran dengan adanya toko yang promosinya seperti ini.”⁵

Dengan menggunakan praktik promosi satu harga pada toko serba Rp.35.000 yang dimaksud berdasarkan hasil wawancara adalah promosi satu harga itu dapat memudahkan masyarakat untuk mengetahui adanya toko tersebut baik itu masyarakat yang berada di daerah polewali maupun luar polewali. Karena ketika masyarakat tersebut belum mengetahui bagaimana itu promosi satu harga maka bisa saja itu yang membuat mereka tertarik untuk mengunjungi toko dengan adanya promosi satu harga yaitu promosi serba Rp 35.000.

Selain itu, peneliti juga bertanya kepada bapak Doni selaku penanggung jawab toko serba Rp 35.000 terkait dengan apa tujuan menggunakan promosi satu harga, menyatakan bahwa:

“Menurut mas Doni yang namanya usaha pemilik toko pasti mencari keuntungan, tapi disisi lain tujuan yang paling utama itu kita melihat juga dari status sosial ekonomi di masyarakat karena dengan adanya promosi

⁵ Doni (35 Tahun), Penanggung jawab Toko Serba 35.000, (Wawancara Polewali, 24 Agustus 2023)

seperti ini semua dapat terjangkau dari seluruh golongan masyarakat dengan harga yang standar dan kualitas yang baik.”⁶

Tujuan dari adanya penerapan praktik promosi satu harga yang diterapkan pada toko serba Rp 35.000 yang dimaksud berdasarkan hasil wawancara adalah semata mata bukanlah hanya mencari keuntungan saja, tetapi yang menjadi tujuan utama adalah agar konsumen merasa nyaman pada saat berbelanja karena harganya yang sangat terjangkau. Seperti yang kita ketahui saat ini bahwa tidak semua status sosial ekonomi masyarakat itu merata atau tidak semua sama karena ada yang berada pada golongan kelas bawah, kelas menengah, dan kelas atas.

Dari beberapa penjelasan di atas antara wawancara peneliti dengan penanggung jawab toko serba Rp 35.000 selaku narasumber utama untuk mengetahui bagaimana praktik promosi yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 adalah ketika konsumen membeli barang yang harganya Rp 35.000 sebanyak 3 lembar maka konsumen hanya membayar seharga Rp. 100.000 saja, tetapi jika konsumen membeli barang sebanyak 1 lusin maka pemilik toko akan memberikan harga grosir. Pembelian barang yang mendapat potongan harga itu hanya berlaku untuk barang yang harganya Rp 35.000 saja, untuk barang yang harganya diluar dari Rp 35.000 maka harganya tetap sama dan tidak akan mendapat potongan harga meskipun pengambilan barangnya banyak. Pada toko serba Rp 35.000 barang dijual itu bermacam-macam seperti pakaian, baik pakaian pria maupun wanita mulai dari pakaian anak-anak hingga dewasa dan terdapat juga alat rumah tangga dengan harga yang berbeda beda mulai dari Rp 35.000 hingga ratusan ribu.

⁶ Doni (35 Tahun), Penanggung jawab Toko Serba 35.000, (Wawancara Polewali, 24 Agustus 2023)

Praktik promosi satu harga yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 merupakan sebuah trik marketing yang digunakan dalam menawarkan barang agar dapat meningkatkan penjualan tujuan utama adanya promosi seperti adalah agar dapat memudahkan masyarakat serta dapat menjangkau seluruh golongan masyarakat, baik itu dari golongan kelas bawah, kelas menengah, dan kelas atas. untuk berbelanja di toko tersebut.

Selain mewawancarai penanggung jawab toko peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa pengunjung. Adapun wawancara antara peneliti dengan beberapa konsumen yang menanyakan terkait dengan dengan apa yang membuat konsumen tertarik mengunjungi toko dan bagaimana tanggapannya ketika mengetahui promosi satu harga yang diterapkan di toko serba Rp 35.000, tidak seperti itu karena masih ada harga lain yang tertera.

Pertama, dengan ibu Arfanur yang beralamat di Majene pekerjaan perawat usia 32 tahun ibu ini menyatakan bahwa:

“Saya baru pertama kali mengunjungi toko ini, yang membuat saya tertarik mengunjungi toko ini karena spanduk yang dipasang bertuliskan serba Rp 35.000, dan juga saya melihat banyak sekali pengunjung toko setiap setiap saya lewat. Tapi waktu saat saya tau barang-barang yang dijual di toko ini tidak semua serba Rp 35.000, saya merasa kecewa karena di toko serba Rp 35.000 tidak ada tandanya kalau barang ini harganya begini.”⁷

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan ibu Arfanur selaku konsumen terkait dengan apa yang membuat dia tertarik mengunjungi toko serta

⁷ Arfanur (32 Tahun), konsumen Toko Serba 35.000, (Wawancara Polewali, 25 Agustus 2023)

tanggapannya ketika mengetahui promosi satu harga yang diterapkan di toko serba Rp 35.000 tidak seperti itu karena masih ada harga lain yang tertera adalah konsumen tertarik mengunjungi toko karena adanya banner yang di pasang di depan toko yang bertuliskan serba Rp.35.000, selain itu tanggapan konsumen ketika mengetahui bahwa ternyata barang yang dijual di toko tersebut dia merasa kecewa dengan promosi tersebut karena tidak sesuai dan juga tidak tertera harga yang menandakan bahwa barang ini harganya Rp 35.000 atau tidak.

Kedua, dengan ibu Ulfa Pratiwi yang beralamat di wonomulyo pekerjaan ibu rumah tangga usia 29 tahun ibu ini menyatakan bahwa:

“Tertarikka masuki ini toko karna kuliat tulisan di depannya toko serba 35.000 dan saya berkunjung ke toko ini sudah banyak kalimi juga memang waktu pertamaka masuk bingungka karena paska bertanya ke karyawannya harga baju anak anak waktu itu dia bilang harganya 45.000, disitumi bingungku karna bilang serba 35.000 tapi menjual juga barang harga lain, dan alasanku kenapa tidak satu kalika kemari karena bisa dibilang lengkap ini toko apalagi kita ibu-ibu yang biasa cari perlengkapan anak tapi kembali lagi ada harga ya ada kualitas juga kalau mahal harganya pasti bagus juga kainnya.”⁸

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan ibu Ulfa Pratiwi selaku konsumen terkait dengan apa yang membuat tertarik mengunjungi toko tersebut serta tanggapannya ketika mengetahui promosi satu harga yang diterapkan di toko serba Rp 35.000 tidak seperti itu karena masih ada harga lain yang tertera

⁸ Ulfa Pratiwi (29 Tahun), konsumen Toko Serba 35.000, (Wawancara Polewali, 25 Agustus 2023)

adalah konsumen tertarik mengunjungi toko karena adanya banner yang di pasang di depan toko yang bertuliskan serba Rp 35.000 selain itu juga konsumen sudah berkali-kali mengunjungi toko dan pada saat pertama kali berkunjung konsumen juga merasa kebingungan dengan dengan promosinya yang serba Rp 35.000, tetapi masih menjual barang yang harganya di atas dari Rp 35.000, karena pada saat konsumen menanyakan kepada salah satu karyawan terkait harga baju anak karyawan tersebut mengatakan bahwa baju itu seharga Rp. 45.000, tetapi yang membuat konsumen tersebut tertarik mengunjungi toko dan bahkan sudah berkali-kali karena toko tersebut termasuk lengkap dan harganya pun sesuai kualitas.

Ketiga, dengan bapak Kahfi yang beralamat di mamasa pekerjaan wiraswasta usia 34 tahun ibu ini menyatakan bahwa:

“Baru kali ini saya mengunjungi toko serba 35.000 ini dek karena kebetulan lewat sama keluarga, yang membuat saya tertarik mengunjungi toko ini karena tulisannya serba Rp 35.000. Pada saat saya keliling-keliling bersama istri sambil menanyakan harga kepada karyawan ternyata barang yang ada di toko ini tidak sesuai dengan promosi karena ada juga yang harganya di bawah Rp 35.000 dan ada juga yang diatas dari Rp 35.000 bahkan ada juga yang sampai seratusan. Sehingga itulah yang membuat saya merasa kebingungan dan juga merasa ada kecurangan karena promosinya yang tidak sesuai.”⁹

Berdasarkan hasil Bahwa berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan bapak Kahfi selaku konsumen terkait dengan apa yang membuat tertarik

⁹ Kahfi (34 Tahun), konsumen Toko Serba 35.000, (Wawancara Polewali, 25 Agustus 2023)

mengunjungi toko tersebut serta tanggapannya ketika mengetahui promosi satu harga yang diterapkan di toko serba Rp 35.000 tidak seperti itu karena masih ada harga lain yang tertera adalah konsumen tertarik mengunjungi toko karena adanya banner yang di pasang di depan toko yang bertuliskan serba Rp 35.000, dan pada saat konsumen berkeliling sambil menanyakan harga barang kepada karyawan toko konsumen tersebut merasa kebingungan dan juga merasa ada kecurangan karena promosinya yang tidak sesuai, ada barang yang harganya di bawah Rp 35.000 dan ada juga yang diatas dari Rp 35.000 bahkan mencapai ratusan ribu.

Keempat, dengan Dahlia yang beralamat di Polewali pekerjaan mahasiswa/i usia 21 tahun menyatakan bahwa:

“Saya berkunjung ke toko ini sudah sering kak, saya tertarik karena barang yang ditawarkan harganya bersahabat dengan kantong kami yaitu serba Rp 35.000 apalagi saya ini mahasiswa, ketika saya mengetahui bahwa selain menjual barang dengan harga serba Rp 35.000 toko ini juga menjual barang lain yang harganya lebih mahal, maka saya lebih teliti lagi dalam memilih barang.”¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan ibu Dahlia selaku konsumen terkait dengan apa yang membuat tertarik mengunjungi toko tersebut serta tanggapannya ketika mengetahui promosi satu harga yang diterapkan di toko serba Rp 35.000 tidak seperti itu karena masih ada harga lain yang tertera adalah konsumen tertarik dengan promosi satu harga karena barang yang ditawarkan harganya bersahabat apalagi dikalangan mahasiswa/i dan ketika mengetahui

¹⁰ Dahlia (21 Tahun), konsumen Toko Serba 35.000, (Wawancara Polewali, 25 Agustus 2023)

bahwa toko tersebut menjual barang dengan harga lain maka konsumen akan lebih teliti dalam hal memilih barang.

Kelima, dengan ibu Ruaidah yang beralamat di Manding pekerjaan wiraswasta usia 48 tahun menyatakan bahwa:

“Awalnya tertarik sama cara promosinya harga serba Rp 35.000 nak, jadi saya coba untuk masuk ke toko ini. Pada saat saya tahu ternyata toko ini menjual barang dengan harga lain saya merasa ada yang tidak sesuai karena tokonya serba Rp 35.000 tapi banyak sekali juga barang lain dijual dengan harga lain-lain, tapi waktu saya bandingkan kainnya baju Rp 35.000 dengan yang bukan harga Rp 35.000 memang beda, tidak apa-apa juga karena kalau mauki bagus pasti mahal juga harganya. Bisa dibayangkan toko ini cocok untukenuhi kebutuhannya masyarakat karena lengkap sekali juga disini, selain itu cocok juga untuk semua kalangan kalau mau dilihat dari ekonominya orang, dan saya juga sudah seringmi kesini karena memang bagus-bagus kualitas barangnya bisaki pilih sesuka hatita”¹¹

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan ibu Ruaidah selaku konsumen terkait dengan apa yang membuat tertarik mengunjungi toko tersebut serta tanggapannya ketika mengetahui promosi satu harga yang diterapkan di toko serba Rp 35.000 tidak seperti itu karena masih ada harga lain yang tertera adalah konsumen tertarik mengunjungi toko karena adanya banner yang di pasang di depan toko yang bertuliskan serba Rp 35.000, ketika konsumen mengetahui

¹¹ Ruaidah (48 Tahun), konsumen Toko Serba 35.000, (Wawancara Polewali, 25 Agustus 2023)

bahwa ternyata harga barang yang ada di toko ini tidak sesuai dengan dengan promosinya yang serba Rp. 35. 000 konsumen merasa ada yang berbeda dalam toko ini. tetapi jika berbicara perihal kualitas barang maka barang yang harga Rp 35.000 dengan tidak itu sudah berbeda dari segi bahan saja sudah kalah. Selain itu, toko serba Rp 35.000 juga ini sangat membantu memenuhi kebutuhan masyarakat karena kelengkapan tokonya dan juga jika dilihat dari segi ekonomi maka toko serba Rp 35.000 dapat menjangkau semua kalangan baik dari ekonomi rendah, menengah, dan tinggi.

Berdasarkan hasil wawancara dari kelima konsumen yang berkunjung ke toko serba Rp 35.000 bahwa yang menjadi problem pada saat mereka mengunjungi toko adalah promosinya yang tidak sesuai karena toko serba Rp 35.000 mempromosikan barang secara satu harga tetapi yang terjadi pada toko tidaklah seperti itu, sehingga konsumen merasa kebingungan dan juga merasa kecewa karna promosi yang tidak sesuai. Tetapi jika dilihat dari harganya konsumen merasa puas karena harga barang dengan kualitas barang itu sudah sesuai.

Dalam hal tersebut seperti yang dikutip Hitesh Bhasin bahwa model promosi yang digunakan pada toko serba Rp. 35.000 dalam menawarkan barang adalah dengan cara iklan di luar ruangan (billboard, spanduk, dan poster) iklan di luar ruangan yang dimaksud adalah pada toko serba Rp 35.000 melakukan promosi dengan cara memasang spanduk di luar toko yang bertuliskan toko serba Rp 35.000, selain iklan pada toko serba Rp 35.000 juga menawarkan barang dengan cara promosi penjualan seperti mengadakan diskon. Diskon yang

dimaksud pada toko serba Rp 35.000 adalah pada praktik jual beli yaitu ketika konsumen membeli pakaian sebanyak 3 lembar atau 1 lusin pakaian maka konsumen akan mendapatkan potongan harga, tetapi potongan harga hanya berlaku pada pakaian yang harganya Rp 35.000 saja.¹²

C. Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Promosi Satu Harga Jual Beli Pada Toko Serba Rp 35.000 di Jl. Ahmad Yani Polewali Kabupaten Polewali Mandar

Dalam dunia bisnis persaingan usaha merupakan sesuatu hal yang wajar, apalagi dalam strategi pemasaran yang biasa disebut dengan promosi. Promosi merupakan cara perusahaan menggunakan komunikasi untuk memperkenalkan produknya kepada orang lain. Dengan melakukan promosi, perusahaan dapat membuat produknya dikenal oleh masyarakat dan berharap mendapatkan *respons* yang positif dari pelanggan.¹³

Dalam pembahasan yang terkait dengan praktik promosi satu harga dalam jual beli pada toko serba Rp 35.000 maka dapat ditinjau dari 4 aspek, yaitu:

1. Etika Dalam Promosi

Etika yaitu pemahaman tentang apa yang benar dan salah dalam tindakan moral yang diambil seseorang. Dalam arti lain, etika yaitu ketentuan sosial yang disepakati dan dilaksanakan secara tidak tertulis oleh semua orang dalam masyarakat tertentu. Oleh karena itu, hukuman yang diberikan ketika seseorang melanggar etika, seperti menjauhi atau mengabaikan, juga bersifat sosial. Hal Ini

¹² Hitesh Bhasin, "Marketing" <https://www.marketing91.com/types-of-advertising-media/> (Di akses pada 03 Desember 2023, Pukul 20.24).

¹³ Heri Yanto. *Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Terhadap Minat Pembeli Pada Toko Zoya Palembang*, h. 23.

berbeda dengan undang-undang yang dibuat oleh pemerintah, yang memiliki hukuman yang jelas untuk pelanggaran.¹⁴ Jika ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah berdasarkan aspek etika promosi maka pada toko serba Rp 35.000 terjadi pelanggaran etika dalam melakukan promosi. Ada 2 prinsip utama dalam etika promosi yaitu:

- a. Tidak Menipu
- b. Tidak Melanggar Norma Kesopanan

Namun, sebagian besar pemasar maupun perusahaan yang paling sering diabaikan adalah pada poin pertama yaitu “tidak menipu” semua itu dilakukan dengan tujuan agar mendapatkan hasil keuntungan lebih besar, selain itu yang menjadi korban dengan adanya pelanggaran etika promosi tersebut bukanlah hanya konsumen tetapi hal tersebut berdampak juga kepada para pesaingnya.¹⁵

Dalam hal tersebut seperti yang dikutip oleh Nur Wanita bahwa promosi yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 jika ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah berdasarkan aspek etika promosi. Maka promosi yang terjadi pada toko tersebut mengandung unsur ketidaksihonestan dalam melakukan promosi karena tidak terpenuhinya prinsip utama dalam etika promosi yaitu pada poin pertama “tidak menipu” yang dimana pada toko tersebut telah mempromosikan barang secara satu harga tetapi yang terjadi tidaklah seperti itu karena masih banyak barang yang dijual dengan harga lain yang mencapai hingga ratusan ribu rupiah, sehingga beberapa konsumen yang baru berkunjung ke toko

¹⁴ Nur Wanita. *Bauran Promosi (Promotion Mix) Konvensional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islami*, h. 39.

¹⁵ Nur Wanita. *Bauran Promosi (Promotion Mix) Konvensional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islami*, h. 40

tersebut merasa kebingungan dan juga merasa kecewa karena adanya promosi yang tidak sesuai.

2. Promosi Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Dalam Islam promosi yang dibenarkan adalah promosi yang mengandung nilai kejujuran dan transparansi. Nilai kejujuran yang dimaksud adalah menekankan pentingnya kejujuran dan kebenaran dalam setiap transaksi, pelaku bisnis diharapkan untuk memberikan informasi yang jujur dan akurat kepada konsumen termasuk mengenai kualitas, harga, dan kondisi barang yang ditawarkan, dan transparansi yang maksud adalah Pelaku bisnis diharapkan untuk memberikan informasi yang jelas dan transparan kepada konsumen mengenai barang atau jasa yang ditawarkan, termasuk tentang kondisi, manfaat, risiko, dan ketentuan transaksi. Serta didalamnya tidak terdapat unsur-unsur gharar atau kebohongan dan penipuan baik dari segi kuantitas maupun kualitas.¹⁶ Adapun ayat yang membahas tentang kejujuran dalam melakukan promosi terdapat dalam QS. Al-Ahza`b/33:70, yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ﴿٧٠﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar. (QS Al-Ahza`b/33: 70)

Terjemahannya dalam bahasa mandar:

E inggannana to matappa', takwao di Puang Alla Taala anna pappauo pau parua. (QS Al-Ahza`b/33: 70)¹⁷

¹⁶ Dika Hikmawan. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islami*, h. 54-55.

¹⁷ Muh Idham Khalid Bodi. *Koroang Mala'bi Al-Quran Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, (Makassar: Direktorat Jendral Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019), h. 50.

Surah Al-Ahzab ayat 70 membahas tentang Allah memerintahkan kepada umatnya agar berkata jujur dan benar, tidak berdusta, tidak menipu, dan tidak menyimpang dari kebenaran. Jika dikaitkan dengan promosi satu harga yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 dimana pemilik toko menerapkan promosi satu harga tetapi yang terjadi pada toko itu tidaklah seperti itu karena masih banyak barang yang dijual dengan harga lain bahkan mencapai hingga ratusan ribu.

Dalam hal tersebut seperti yang dikutip oleh Dika Hikmawan bahwa promosi dalam perspektif hukum ekonomi syariah harus disertai dengan nilai kejujuran dan transparansi akan tetapi yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 tidaklah seperti itu karena toko tersebut telah mempromosikan barang secara satu harga tetapi yang terjadi tidaklah seperti itu karena masih banyak barang yang dijual dengan harga lain yang mencapai hingga ratusan ribu rupiah, sehingga beberapa konsumen yang baru berkunjung ke toko tersebut merasa kebingungan dan juga merasa kecewa karena adanya promosi yang tidak sesuai.

3. Prinsip-Prinsip Jual Beli

Dalam prinsip-prinsip jual beli ada beberapa hal yang diperintahkan untuk dilakukan, yaitu:

- a. Jujur terhadap kondisi barang
- b. Barang yang diperjual belikan halal tidak haram
- c. Menjual barang yang berkualitas tidak ada cacat sama sekali pada barang
- d. Tidak bersaing terhadap penjual lain dan tidak melakukan riba

- e. Mengeluarkan zakat setelah nisab haulnya tiba.¹⁸

Dalam hal tersebut seperti yang dikutip oleh Madani bahwa jika ditinjau berdasarkan prinsip-prinsip jual beli maka jual beli yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 sudah sah karena tidak ada pelanggaran di dalamnya, serta rukun dan syarat jual belinya juga sudah terpenuhi. Adapun rukun dan syarat dalam jual beli sebagai berikut:

a. Rukun Jual Beli

- 1) *Bai'* (penjual)
- 2) *Mustari* (pembeli)
- 3) *Shighat* (ijab dan qabul)
- 4) *Ma'qud 'alaih* (benda atau barang)¹⁹

b. Syarat Jual Beli

Pertama tentang subjeknya, yaitu kedua belah pihak yang melakukan perjanjian jual beli (penjual dan pembeli) disarankan:

- 1) Adanya lafadz *ijab qabul* antara penjual dan pembeli.
- 2) Berakal sehat jasmani dan rohani.
- 3) Tidak ada unsur paksaan.
- 4) *Baligh* atau Dewasa.

Kedua, berkaitan dengan objeknya. Barang yang menyebabkan perjanjian jual beli disebut sebagai objek jual beli. Benda harus memenuhi persyaratan:

¹⁸ Madani. *Hukum Bisnis Syariah*, h. 31-32.

¹⁹ Rachmat Syafe'I, *Fiqh Muamalah*, h. 75.

- 1) Suci barangnya, artinya barang yang dijual bukanlah benda yang tercela atau dilarang.
- 2) Dapat digunakan, karena setiap barang yang dijual dapat digunakan.
- 3) Milik orang yang melakukan akad pemilik sah barang tersebut yaitu orang yang melakukan perjanjian jual beli.
- 4) Mampu menyerahkan berarti bahwa sebagai pemilik barang, penjual dapat menyerahkan barang jual beli dalam bentuk dan jumlah yang telah disepakati.
- 5) Mengetahui dan melihat sendiri keadaan barang
- 6) Barang yang diakadkan di tangan atau diserahkan langsung.²⁰

4. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, unsur jual beli ada tiga, yaitu:

- a. Pihak-pihak. Pihak-pihak yang terkait dalam perjanjian jual beli terdiri atas penjual, pembeli dan pihak lain yang terlibat dalam perjanjian tersebut.
- b. Objek. Objek jual beli terdiri atas benda yang berwujud, dan benda yang tak berwujud, yang bergerak maupun benda yang tidak bergerak, dan yang terdaftar maupun tidak terdaftar. Syarat objek yang diperjualbelikan adalah sebagai berikut: barang yang diperjualbelikan harus ada, barang yang diperjualbelikan harus dapat diserahkan, barang

²⁰ Syaikh, dkk. *Fikih Muamalah Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer*, h. 51-56.

yang dijualbelikan harus berupa barang yang memiliki harga/nilai tertentu, barang yang dijualbelikan harus halal, barang yang dijualbelikan harus diketahui oleh pembeli, kekhususan barang yang dijualbelikan harus diketahui, penunjukkan dianggap memenuhi syarat langsung oleh pembeli tidak memerlukan penjualan lebih lanjut, dan barang yang dijual harus ditentukan secara pasti pada waktu akad. Jual beli dapat dilakukan terhadap: barang yang terukur menurut porsi, jumlah, berat, atau panjang, baik berupa satuan atau keseluruhan, barang yang ditakar atau ditimbang sesuai jumlah yang ditentukan, sekalipun kapasitas dari takaran dan timbangan tidak diketahui, dan satuan komponen dari barang yang dipisahkan dari komponenen lain yang telah terjual.

- c. Kesepakatan. Kesepakatan dapat dilakukan dengan tulisan, lisan, dan isyarat, ketiganya mempunyai makna hukum yang sama. Ada dua bentuk akad, yaitu:
 - 1) Akad dengan kata-kata, dinamakan juga dengan *ijab Kabul*, *ijab* yaitu kata-kata yang diucapkan terlebih dahulu. Misalnya: penjual berkata: “Baju ini saya jual dengan harga Rp 10.000”. *Kabul*, yaitu kata-kata yang diucapkan kemudian. Misalnya: pembeli berkata: “Barang saya terima”.
 - 2) Akad dengan perbuatan, dinamakan juga dengan *mu'athah*. Misalnya: pembeli memberikan uang seharga Rp 10.000, kepada

penjual, kemudian mengambil barang senilai itu tanpa terucap kata-kata kedua belah pihak.²¹

Adapun pasal yang membahas tentang akibat bai' (jual beli) yang sesuai dengan pembahasan dalam penelitian ini terdapat pada pasal 95 tentang jual beli yang memenuhi syarat dan rukunnya adalah sah.²²

Dalam hal tersebut seperti yang dikutip oleh M. Fauzan bahwa jual beli yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 jika ditinjau dari unsur jual beli berdasarkan kompilasi hukum ekonomi syariah sudah sesuai dan tidak ada pelanggaran pada saat melakukan jual beli di toko serba Rp 35.000, selain itu terdapat juga pada undang undang kompilasi hukum ekonomi syariah pada Pasal 95 tentang "Jual beli yang memenuhi syarat dan rukunnya adalah sah".

²¹ Dr. Madani. *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2019), h. 102-103.

²² M. Fauzan, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, h. 66-68.

BAB V

PENUTUP

A. *Kesimpulan*

Berdasarkan paparan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya serta hasil studi mengenai praktik promosi satu harga dalam jual beli, maka penulis dapat mengakhiri skripsi ini dengan simpulan berikut:

1. Praktik promosi satu harga dalam jual beli yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 adalah ketika konsumen membeli pakaian sebanyak 1 atau 2 lembar maka harga yang diberikan itu tetap Rp 35.000, tetapi jika konsumen membeli pakaian sebanyak 3 lembar yang harga Rp 35.000, maka konsumen cukup membayar dengan harga Rp. 100.000 saja, ketika konsumen membeli pakaian sebanyak 1 lusin pakaian yang harganya Rp 35.000, maka itu sudah termasuk harga grosir, akan tetapi ini hanya berlaku untuk pakaian yang memiliki harga Rp 35.000 saja dan untuk pakaian yang diluar harga Rp 35.000 itu tetap harga normal serta tidak ada potongan harga ketika pengambilan barangnya itu banyak. Pada toko serba Rp 35.000 barang dijual itu bermacam-macam seperti pakaian, baik pakaian pria maupun wanita mulai dari pakaian anak-anak hingga dewasa dan terdapat juga alat rumah tangga dengan harga yang berbeda beda mulai dari Rp 35.000 hingga ratusan ribu. Model promosi yang digunakan pada toko serba Rp. 35.000 dalam menawarkan barang adalah dengan cara iklan di luar ruangan (billboard, spanduk, dan poster) selain iklan, pada toko serba Rp 35.000 juga

menawarkan barang dengan cara promosi penjualan seperti mengadakan diskon.

2. Dengan demikian bahwa promosi yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 jika ditinjau berdasarkan etika promosi, promosi dalam perspektif hukum ekonomi syariah, dan prinsip-prinsip jual beli maka pada toko serba Rp 35.000 terjadi ketidaksesuaian yang dimana pada toko tersebut telah melanggar prinsip utama dalam etika promosi yaitu pada prinsip tidak menipu. Sedangkan jika ditinjau berdasarkan promosi dalam perspektif hukum ekonomi syariah maka pada toko serba Rp 35.000 melanggar nilai kejujuran dan transparansi, dan jika ditinjau dari prinsip-prinsip jual beli maka jual beli yang terjadi pada toko serba Rp 35.000 sudah sah karena tidak ada pelanggaran di dalamnya, serta rukun dan syarat jual belinya juga sudah terpenuhi. Akan tetapi jika ditinjau dari unsur jual beli berdasarkan kompilasi hukum ekonomi syariah sudah sesuai dan tidak ada pelanggaran pada saat melakukan jual beli di toko serba Rp 35.000, selain itu terdapat juga pada undang undang kompilasi hukum ekonomi syariah pada Pasal 95 tentang “Jual beli yang memenuhi syarat dan rukunnya adalah sah”.

B. *Implikasi Penelitian*

Setelah mengambil kesimpulan dari hasil penelitian mengenai praktik promosi satu harga dalam jual beli maka penulis mengemukakan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Disarankan bagi pihak toko serba Rp 35.000 agar promosi yang diterapkan pada toko serba Rp 35.000 bisa lebih baik lagi supaya tidak ada konsumen

yang merasa kebingungan dan juga merasa kecewa karena adanya promosi yang tidak sesuai pada toko tersebut.

2. Harapannya, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pemberian informasi kepada masyarakat terkait dengan kegiatan jual beli khususnya promosi satu harga, agar senantiasa sesuai dengan prinsip-prinsip yang tercantum dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, Siti. (2018), *Tinjauan Islam Terhadap Konsep dan Strategi Promosi Perusahaan Provider Telekomunikasi di Makassar*, (Skripsi, UIN Alauddin Makassar).
- Arfanur (32 Tahun), konsumen Toko Serba 35.000, (Wawancara, 25 Agustus 2023).
- Aryadi. (2018), Bisnis Dalam Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 10 (1), 22-23.
- Aseri, Sarmiji. (2021), Qawa'Id Al-Lugawiyah Al-'Amm dan Khas Dalam Aplikasi Penetapan Hukum Kontemporer, *Jurnal Syariah Darussalam*, 6 (2), 3-11.
- Azqia, Hidayatul. (2022). Jual Beli Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Al-Rasyad*, Vol. 1.
- Bhasin, Hitesh. "Marketing" <https://www.marketing91.com/types-of-advertising-media/> (Di akses pada 03 Desember 2023, Pukul 20.24)
- Dahlia (21 Tahun), konsumen Toko Serba 35.000, (Wawancara, 25 Agustus 2023).
- Diana, Herma dan Dewi, Mastriati Hini Hermala. (2023), Tinjauan Yuridis Strategi Promosi Satu Harga Dalam Transaksi Jual Beli Pada Toko Wd Collection Kota Pagar Alam. *Jurnal Ekombis Review*, 11 (1), 526.
- Doni (35 Tahun), Penanggung jawab Toko Serba 35.000, (Wawancara, 24 Agustus 2023).
- Fauzan, M. (2009), *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, Kencana Prenadamedia Group.
- Ghazaly, Abdul Rahman.Ihsan, Ghufron., dan Shidiq, Sapiuddin. (2018), *Fiqh Muamalat*. Prenamedia Group.
- Hamali, Arif Yusuf. (2016), *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Prenamedia Group.
- Handayani, Mira. (2019), *Strategi Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan penjualan Toko Cahaya Terang Kota Palopo*. (Skripsi, IAIN Palopo).
- Hasan, Akhmad Farroh. (2018), *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktek)*, UIN Maliki Malang Press.
- Her, "Menguntit Jejak Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah" <https://www.hukumonline.com/berita/a/menguntit-jejak-kompilasi-hukum-ekonomi-syariah-ho117923/?page=4> (diakses pada 02 Desember 2023, pukul 22.29).
- Idham, Muh khalid bodi. (2019), *Koroang Mala'bi Al-Quran Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*. (Makassar: Direktorat Jenderal Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia).
- Janah, Anita Roikhatul. (2021), *Jual Beli Dengan Sistem Banting Harga Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, (Skripsi, IAIN Purwokerto).
- Kahfi (34 Tahun), konsumen Toko Serba 35.000, (Wawancara, 25 Agustus 2023).
- Kasmir. (2018), *Kewirausahaan*, Rajawali Pers.
- Madani, (2014), *Hukum Bisnis Syariah*, Prenamedia Group.
- Madani, Dr. (2019), *Fiqh Ekonomi Syariah*, Prenamedia Group.
- Manan, Abdul. (2012), *Hukum Ekonomi Syariah*, Prenada Media.
- Marisson. (2019), *Riset Kualitatif*. Prenamedia Group.

- Mufidah, Luk Luk Nur. (2017), Pendekatan Teologis Dalam Kajian Islam. *Jurnal Misykat*, 2 (1), 156.
- Mughits, Abdul. (2008) *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Dalam Tinjauan Hukum Islam*, Al-Mawarid.
- Musir, Selpi. (2020), *Promosi Hadiah Alfamart Di Jalan Ratulangi Lemo-Lemo Palopo Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, (Skripsi, IAIN Palopo).
- Putra, Fiki Andika. (2020), *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Strategi Promosi Satu Harga Dalam Jual Beli*, (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung).
- Putra, Nusa. (2011), *Penelitian Kualitatif Proses dan Aplikasi*, PT Indeks.
- Ramadani, Mohammad. (2019), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Handphone. *Jurnal Iqtishadequity*, 1 (2), 38-39.
- Roisku, “tinjauan terhadap kompilasi Hukum ekonomi syariah” <http://www.mas-roisku-muslimblogspot.in/2010/09/tinjauanj-terhadap-kompilasihukum-html>m=1>. (diakses pada 02 Desember pukul 22.38).
- Ruaidah (48 Tahun), konsumen Toko Serba 35.000, (Wawancara, 25 Agustus 2023).
- Satriadi., Munawir., Hendrayani, Eka., Siwiyanti, Leonita., dan Nursaidah. (2021), *Manajemen Pemasaran*, Samudera Biru.
- Siregar, Hariman Surya., dan Khoerudin, Koko. (2019), *Fiqh Muamalah (Teori dan Implementasi)*, Remaja Rosdakarya.
- Sitorus, Felix. (1998), *Penelitian Kualitatif*, Kelompok Dokumentasi Ilmu- Ilmu Sosial.
- Sitorus, Felix. (1998), *Penelitian Kualitatif*. Kelompok Dokumentasi Ilmu-Ilmu Sosial.
- Syafe’i, Rachmat, (2001), *Fiqh Muamalah*. CV Pustaka Setia.
- Syaikhu. Ariyadi., dan Norwili. (2020), *Fikih Muamalah Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer*. K-Media.
- Ulfa Pratiwi (29 Tahun), konsumen Toko Serba 35.000, (Wawancara, 25 Agustus 2023).
- Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2006 *Tentang Peradilan Agama*.
- Wanita, Nur. (2016), Bauran Promosi (Promotion Mix) Konvensional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islami, *Studi Ilmu Syariah dan Hukum* , 10 (1), 38-40.
- Yanto, Heri. (2018), *Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Terhadap Minat Pembeli Pada Toko Zoya Palembang*, (Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang).
- Yulianti. (2019). *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Zuriah, Nurul. (2007), *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi*, Bumi Aksara.

HASIL WAWANCARA

Nama : Doni
 Umur : 35 Tahun
 Alamat : Palu, Sulawesi Tengah
 Keterangan : Penanggung Jawab Toko
 Waktu : Kamis, 24 Agustus 2023

1	T	Bagaimana praktik promosi yang anda terapkan di toko ini?
		Praktik promosi yang diterapkan di toko kami adalah ketika konsumen membeli 1 atau 2 pakaian maka harganya tetap 35.000, dan jika konsumen membeli pakaian sebanyak 3 lembar maka harganya itu menjadi 100.000 per tiga lembar baju dan apabila pembelian barangnya mencapai hingga 12 pcs pakaian maka itu sudah termasuk grosir.
2	T	Mengapa anda menggunakan praktik promosi satu harga dalam jual beli pada toko ini dan apa alasannya kenapa menjual barang dengan harga lain?
	J	Kami menggunakan promosi satu harga di toko ini memang itu sudah menjadi trik marketing yang sudah diterapkan oleh pemilik toko sejak berdirinya toko ini, dan barang yang ada di toko ini sejak awal itu memang harganya rata Rp. 35.000-, tapi karna seiring dengan perkembangan toko yang semakin banyak dikunjungi oleh masyarakat sehingga pemilik toko berinisiatif untuk menambah barang yang lebih berkualitas (import) dan otomatis harganya juga lebih di atas.
3	T	Bagaimana pendapat anda dengan adanya promosi satu harga ini?
	J	Menurut mas doni selaku penanggung jawab toko penggunaan promosi satu harga itu memang bagus dan efektif karena dengan menggunakan promosi satu harga itu dapat memudahkan masyarakat untuk mengetahui adanya toko tersebut, tapi tergantung juga tempatnya bagaimana, karena ketika masyarakatnya sudah terbiasa akan promosi seperti ini mungkin itu akan menjadi hal biasa saja, tetapi ada juga masyarakat ketika melihat sesuatu hal yang baru maka ia akan penasaran dengan adanya toko yang promosinya seperti ini.
4	T	Apa tujuan anda menggunakan praktik promosi satu harga dalam jual beli?
	J	Yang namanya usaha yang dimana pemilik toko pasti mencari keuntungan, tapi disisi lain tujuan yang paling utama yaitu kita melihat

		juga dari status sosial ekonomi di masyarakat karena dengan adanya promosi seperti ini semua dapat terjangkau dari seluruh golongan masyarakat baik dari golongan masyarakat kelas bawah, kelas menengah, dan kelas atas dengan harga yang standar dan kualitas yang baik.
5	T	Bagaimana cara anda menyelesaikan masalah ketika ada pengunjung yang komplain mengenai promosi satu harga yang anda terapkan di toko ini?
	J	<p>Jika ada pengunjung toko yang komplain saya sebagai penanggung jawab berusaha memberikan penjelasan bahwa memang promosinya kami itu tidak sesuai karena mempromosikan dengan satu harga, tetapi kami memiliki alasan mengapa seperti itu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melihat dari perkembangan toko yang semakin banyak dikunjungi masyarakat. 2. Jika dilihat dari status sosial bisa saja masyarakat yang memiliki status ekonomi kategori kelas atas otomatis akan mencari barang yang lebih berkualitas lagi jika dibandingkan dengan barang yang harga 35.000 yang kualitasnya itu standard 3. Dan melihat juga perkembangan zaman yang semakin meningkat, maka kami dari pihak toko juga otomatis akan mengikuti perkembangan tersebut dengan menjual berbagai macam model pakaian yang lagi trend teruma pakaian wanita.
6	T	Bagaimana sistem penukaran barang yang diterapkan di toko ini?
	J	Sistem penukaran barang yang ada di toko kami itu ketika ada konsumen yang ingin menukar barang kami hanya melayani penukaran 2 pcs jika lebih dari 2 pcs itu kami tidak melayani dan kami hanya memberikan batas waktu satu hari saja jika lewat dari satu hari maka penukaran barang tidak bisa lagi dilakukan.

Nama : Arfanur
 Pekerjaan : Perawat
 Umur : 32 Tahun
 Alamat : Majene
 Keterangan : Pengunjung Toko
 Waktu : 25 Agustus 2023

1	T	Apakah saudara sudah pernah berkunjung ke toko ini sebelumnya? Jika iya apa alasannya!
	J	Saya baru pertama kali berkunjung dek.
2	T	Mengapa saudara tertarik mengunjungi toko ini?
	J	Saya tertarik mengunjungi toko ini karena spanduk yang dipasang di depan toko itu tulisannya serba Rp. 35.000, dan setiap saya lewat pasti tokonya selalu ramai.
3	T	Bagaimana pendapat saudara dengan adanya promosi satu harga yang diterapkan di toko ini?
	J	Bagus karena harganya terjangkau.
4	T	Bagaimana pendapat saudara ketika mengetahui harga barang yang ada di toko ini tidak sesuai dengan promosi serba yaitu serba Rp. 35.000?
	J	Saya merasa kecewa karena di toko ini tidak ada tandanya kalau ternyata barang yang dijual itu harganya beda-beda nanti di kasir baru tau kalau ternyata tidak semua harganya itu Rp. 35.000.
5	T	Apakah saudara merasa dirugikan dengan adanya promosi satu harga yang diterapkan di toko ini?
	J	Kalau merasa dirugikan ya pastilah karena tidak sesuai dengan promosinya, tapi jika dilihat dari kualitas ya memang beda juga.

Nama : Ulfa Pratiwi
 Pekerjaan : IRT
 Umur : 29 Tahun
 Alamat : Wonomulyo
 Keterangan : Pengunjung Toko
 Waktu : 25 Agustus 2023

1	T	Apakah saudara sudah pernah berkunjung ke toko ini sebelumnya? Jika iya apa alasannya!
	J	Saya berkunjung ke toko ini sudah banyak kalimi dek, alasanku kenapa seringka berkunjung kesini karena ini toko memang lengkap kalau soal pakaian jadi saya suka dan tidak capek capek mki juga ke pasar.
2	T	Mengapa saudara tertarik mengunjungi toko ini?
	J	Saya tertarik mengunjungi toko ini karena spanduk yang dipasang di depan toko itu tulisannya serba Rp. 35.000.
3	T	Bagaimana pendapat saudara dengan adanya promosi satu harga yang diterapkan di toko ini?
	J	Bagus karena harganya pas di kantong.
4	T	Bagaimana pendapat saudara ketika mengetahui harga barang yang ada di toko ini tidak sesuai dengan promosi serba yaitu serba Rp. 35.000?
	J	Saya merasa bingung paska bertanya sama karyawan harga bajunya dia bilang harga Rp. 45.000, disitumi bingungku karena di spanduk serba Rp. 35.000 tapi ternyata menjual juga barang dengan harga lain.
5	T	Apakah saudara merasa dirugikan dengan adanya promosi satu harga yang diterapkan di toko ini?
	J	Kalau merasa dirugikan ya pastilah karena tidak sesuai dengan promosinya, tapi jika dilihat dari harganya memang sesuai kualitas.

Nama : Kahfi
 Pekerjaan : Wiraswasta
 Umur : 34 Tahun
 Alamat : Mamasa
 Keterangan : Pengunjung Toko
 Waktu : 25 Agustus 2023

1	T	Apakah saudara sudah pernah berkunjung ke toko ini sebelumnya? Jika iya apa alasannya!
	J	Saya berkunjung ke toko ini baru pertama kali karena kebetulan lewat bersama keluarga dek.
2	T	Mengapa saudara tertarik mengunjungi toko ini?
	J	Saya tertarik mengunjungi toko ini karena spanduk yang dipasang di depan toko itu tulisannya serba Rp. 35.000.
3	T	Bagaimana pendapat saudara dengan adanya promosi satu harga yang diterapkan di toko ini?
	J	Bagus karena harganya murah dan bisa menjangkau semua kalangan.
4	T	Bagaimana pendapat saudara ketika mengetahui harga barang yang ada di toko ini tidak sesuai dengan promosi serba yaitu serba Rp. 35.000?
	J	Saya merasa ada kecurangan dalam mempromosikan barang karena tidak sesuai harga.
5	T	Apakah saudara merasa dirugikan dengan adanya promosi satu harga yang diterapkan di toko ini?
	J	Kalau merasa dirugikan ya pastilah karena tidak sesuai dengan promosinya, tapi jika dilihat dari harganya memang sesuai kualitas.

Nama : Dahlia
 Pekerjaan : Mahasiswi
 Umur : 21 Tahun
 Alamat : Matakali
 Keterangan : Pengunjung Toko
 Waktu : 25 Agustus 2023

1	T	Apakah saudara sudah pernah berkunjung ke toko ini sebelumnya? Jika iya apa alasannya!
	J	Saya sudah sering berkunjung ke toko ini kak.
2	T	Mengapa saudara tertarik mengunjungi toko ini?
	J	Saya tertarik mengunjungi toko ini karena barang yang ditawarkan harganya bersahabat dengan kantong, apalagi saya ini hanya seorang mahasiswa.
3	T	Bagaimana pendapat saudara dengan adanya promosi satu harga yang diterapkan di toko ini?
	J	Saya rasa promosi seperti ini sudah bagus karena dapat memudahkan masyarakat dalam membeli barang.
4	T	Bagaimana pendapat saudara ketika mengetahui harga barang yang ada di toko ini tidak sesuai dengan promosi serba yaitu serba Rp. 35.000?
	J	Memang awalnya saya juga bingung kak, tapi karena saya sudah seringmi kesini maka saya lebih teliti dalam memilih barang karena saya taumi harganya.
5	T	Apakah saudara merasa dirugikan dengan adanya promosi satu harga yang diterapkan di toko ini?
	J	Kalau dari promosi memang dirugikan, tapi kalau dari kualitas barang ya tidak.

Nama : Ruaidah
 Pekerjaan : Guru
 Umur : 48 Tahun
 Alamat : Polewali
 Keterangan : Pengunjung Toko
 Waktu : 25 Agustus 2023

1	T	Apakah saudara sudah pernah berkunjung ke toko ini sebelumnya? Jika iya apa alasannya!
	J	Saya sudah sering berkunjung ke toko ini nak, alasannya karena di toko ini sudah lengkap mulai dari pakaian hingga alat rumat tangga.
2	T	Mengapa saudara tertarik mengunjungi toko ini?
	J	Saya tertarik mengunjungi toko ini karena cara promosinya yaitu serba Rp. 35.000
3	T	Bagaimana pendapat saudara dengan adanya promosi satu harga yang diterapkan di toko ini?
	J	Sudah bagus karena promosi murah.
4	T	Bagaimana pendapat saudara ketika mengetahui harga barang yang ada di toko ini tidak sesuai dengan promosi serba yaitu serba Rp. 35.000?
	J	Pada saat saya tahu ternyata toko ini menjual barang dengan harga lain saya merasa ada yang tidak sesuai karena tokonya serba Rp. 35.000 tapi banyak sekali juga barang lain najual dengan harga lain-lain, tapi waktu saya bandingkan kainnya baju Rp. 35.000 dengan yang bukan harga Rp. 35.000 memang beda, tidak apa-apaji juga karena kalau mauki bagus pasti mahal juga harganya. Bisa dibilang toko ini cocok untuk penuhi kebutuhannya masyarakat karena lengkap sekali juga disini, selain itu cocok juga untuk semua kalangan kalau mau dilihat dari ekonominya orang,
5	T	Apakah saudara merasa dirugikan dengan adanya promosi satu harga yang diterapkan di toko ini?
	J	Kalau dari cara promosi memang dirugikan, tapi kalau dari kualitas barang tidak karena sudah sesuai kualitas.

LAMPIRAN HASIL WAWANCARA



Dokumentasi Toko Serba Rp 35.000



Dokumentasi Bersama Penanggung Jawab Toko Serba Rp 35.000



Dokumentasi Bersama Pengunjung
Toko Serba Rp 35.000



Dokumentasi Bersama Pengunjung
Toko Serba Rp 35.000



Dokumentasi Bersama Pengunjung
Toko Serba Rp 35.000



Dokumentasi Bersama Pengunjung
Toko Serba Rp 35.000



Dokumentasi Bersama Pengunjung
Toko Serba Rp 35.000

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Muflihah Tamrin adalah anak ketiga dari empat bersaudara. Terlahir dari orangtua yang teramat mulia, ayahanda Alm. Tamrin Aco dan ibunda Hj. Ramlah, Penulis dilahirkan di Lembang-Lembang pada tanggal 31 Agustus 2000. Penulis menapaki jenjang pendidikan di SDN 040 Inp Lembang-Lembang pada tahun 2008-2013. Kemudian lanjut pada tingkat Sekolah Menengah Pertama di MTsN 1 Polewali Mandar tahun 2013-2016, dan SMA Negeri 3 Polewali pada tahun 2016-2019, dan pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene melalui jalur UM-PTKIN dan lulus di jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam, Program studi Hukum Ekonomi Syariah.