

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS
KETIDAKPASTIAN HARGA PADA PRODUK MAKANAN DAN
MINUMAN DI PANTAI LAMPUK MENURUT KONSEP *ŠAMAN***

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

IRSALIA HAUNA
NIM 220102196

Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM BANDA ACEH
TAHUN 2026 M /1448 H**

**ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS
KETIDAKPASTIAN HARGA PADA PRODUK MAKANAN DAN
MINUMAN DI PANTAI LAMPUUK MENURUT KONSEP SAMAN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Persyaratan Penulisan Skripsi
Dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah

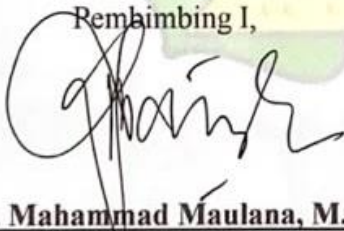
Diajukan Oleh:

Irsalia Hauna
NIM. 22010202196

Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah

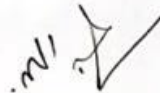
Disetujui untuk diuji/di *munaqasyah* kan oleh:

Pembimbing I,



Prof. Dr. Mahammad Maulana, M.Ag.
NIP. 197204261997031002

Pembimbing II,



Shabarullah, M.H.
NIP. 199312222020121011

**ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS
KETIDAKPASTIAN HARGA PADA PRODUK MAKANAN DAN
MINUMAN DI PANTAI LAMPUUK MENURUT KONSEP *SAMAN***

SKRIPSI

Telah Diuji oleh Panitia Ujian *Munaqasyah* Skripsi
Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Sarjana (S-1)
Dalam Ilmu Hukum
Ekonomi Syari'ah (Muamalah)

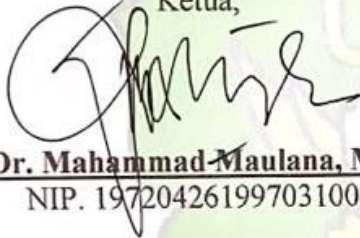
Pada Hari/Tanggal: Rabu, 22 Juli 2026

7 Safar 1448 H

Di Darussalam, Banda Aceh

Panitia Ujian *Munaqasyah* Skripsi:

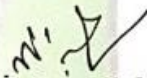
Ketua,



Prof. Dr. Mahammad Maulana, M.Ag.

NIP. 197204261997031002

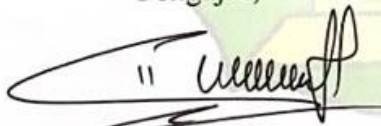
Sekretaris,



Shabarullah, M.H.

NIP. 199312222020121011

Penguji I,



Dr. Safira Mustaqilla, S. Ag., M. Ag.

NIP. 197511012007012027

Penguji II,



Muhammad Aqbal, M.M.

NIP. 197005122014111001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Prof. Dr. Kamaruzzaman, M.Sh.

NIP. 197809172009121006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY Banda Aceh
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Irsalia Hauna
NIM : 220102196
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan;*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain;*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya;*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data;*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 21 Juli 2026

Yang Menyatakan:



Irsalia Hauna
NIM 220102196

ABSTRAK

Nama : Irsalia Hauna
NIM : 220102196
Fakultas/Prodi : Syari'ah dan Hukum/Hukum Ekonomi Syari'ah
Judul : Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Ketidakpastian Harga Pada Produk Makanan dan Minuman di Pantai Lampuuk Menurut Konsep *Šaman*
Tanggal Sidang : 08 Juli 2026
Tebal Skripsi : 81 Halaman
Pembimbing I : Prof. Dr. Muhammad Maulana, M.Ag.
Pembimbing II : Shabarullah, M. Ag.
Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Konsumen, Ketidakpastian Harga, Produk Makanan dan Minuman, Konsep *Šaman*.

Penelitian ini mengkaji perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidakpastian harga produk makanan dan minuman di Pantai Lampuuk menurut konsep *šaman* dalam fiqh muamalah. Ketidakpastian harga masih menjadi permasalahan yang sering dikeluhkan konsumen karena kurangnya transparansi informasi harga dan tidak adanya daftar harga yang jelas, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen. Fokus penelitian ini adalah sistem penetapan harga makanan dan minuman di Pantai Lampuuk, bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidakpastian harga, serta tinjauan konsep *šaman* terhadap praktik tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris dengan jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem penetapan harga di Pantai Lampuuk masih belum sepenuhnya menerapkan prinsip keterbukaan. Sebagian pelaku usaha belum mencantumkan harga pada daftar menu sehingga konsumen tidak mengetahui harga sebelum melakukan transaksi. Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dilakukan secara preventif melalui kewajiban pelaku usaha memberikan informasi harga yang jelas, transparan, dan menyediakan daftar harga, serta secara represif melalui penyelesaian sengketa secara musyawarah dengan mediasi sebagai alternatif penyelesaian. Dalam perspektif konsep *šaman*, praktik penetapan harga tersebut belum memenuhi prinsip kejelasan harga karena informasi harga tidak disampaikan secara terbuka sebelum transaksi. Akibatnya, transaksi berpotensi mengurangi keadilan, kerelaan para pihak, serta membuka peluang terjadinya unsur *gharar*.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan alhamdulillah beserta syukur kepada Allah SWT karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini sebagaimana mestinya. Shalawat beserta salam kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW beserta para sahabatnya, yang mana oleh beliau telah membawa cahaya kebenaran yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan mengajarkan manusia tentang etika serta akhlakul karimah sehingga manusia dapat hidup berdampingan secara dinamis dan ketentraman.

Dengan segala kelemahan dan kekurangan penulis akhirnya penulis dapat menyelesaikan sebuah skripsi karya dengan **“Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Ketidakpastian Harga Pada Produk Makanan dan Minuman di Pantai Lampuuk Menurut Konsep *Ṣaman*”**. Penulisan karya ilmiah ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga dalam penyusunan skripsi penulisan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Maulana, M.Ag. selaku pembimbing I serta dosen mata kuliah metodologi penelitian hukum yang telah mengarahkan penulisan dari awal penelitian ini. dan Bapak Shabarullah, M.Ag. selaku pembimbing II, yang telah banyak membantu, meluangkan waktunya dan memberikan bimbingan yang terbaik, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
2. Teruntuk cinta pertama Almarhum Ayahanda Thamren, sosok yang paling istimewa dalam hidup penulis. Meski Ayah tidak sempat melihat dan menemani perjalanan penulis selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini, namun doa, kasih sayang, dan perjuangan Ayah

tetap menjadi kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus melangkah dan bertahan sampai di titik ini. Terima kasih atas cinta yang tidak pernah hilang, bahkan setelah kepergianmu. Semoga Ayah bangga melihat perjuangan ini dari tempat terbaik di sisi Allah SWT. Dan teruntuk Ibunda tercinta Hasniar, sosok kuat yang tidak hanya menjadi seorang ibu, tetapi juga menggantikan peran ayah dengan penuh keteguhan, kesabaran dan kasih sayang. Dalam setiap nama yang dipanjatkan, setiap air mata, dan setiap pengorbanan, penulis menemukan makna perjuangan yang sesungguhnya. Dari beliau, penulis belajar bahwa cinta seorang ibu mampu menguatkan bahkan di saat dunia sangat berat.

3. Bapak Prof. Dr. Kamaruzzaman, M. Sh. Selaku Dekan Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry beserta seluruh stafnya.
4. Ketua program studi Hukum Ekonomi Syari'ah Bapak Dr. Iur Chairul Fahmi, M.A dan seluruh staf prodi Hukum Ekonomi Syari'ah. Serta kepada Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Civitas Akademika Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Teruntuk Abang penulis, Khairul Azmi, S. H. Dan Istrinya Shasa Widya Karina, S. H. Terima kasih atas dukungannya, dan segala motivasi yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. dan Ponakan kecil penulis Huseyn Al Majid, Terima kasih telah menjadi alasan senyum penulis setiap hari.
6. Kepada Adik penulis tersayang, Aura Paradisa. Terima kasih telah menjadi sumber semangat dan motivasi dalam setiap langkah perjuangan penulis. Meski sering menjadi musuh terbesar bagi penulis dalam hal kecil sehari-hari, namun di balik itu semua, kamulah alasan terbesar untuk terus berjuang dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menjadi kakak yang mampu menjaga dan mendidikmu, sebagaimana tanggung jawab dan kasih sayang penulis padamu. Terima kasih atas dukungan dan semangatmu yang selalu hadir, bahkan dalam cara yang sederhana sekalipun.

7. Teruntuk sahabat tercinta penulis, Muyassirah, yang selalu menemani, memberi motivasi dan semangat yang luar biasa kepada penulis. Terima kasih karena tidak pernah meninggalkan penulis sendirian, selalu menjadi garda terdepan saat penulis membutuhkan bantuan serta mendengarkan keluh kesah penulis selama ini. Semoga Allah memudahkan dan Allah berkahi perjalanan dan perjuangan untuk selamanya.
8. Fadhil Amal selaku *partner special* dalam perjuangan yang selalu setia mendampingi penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah, berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran maupun bantuan senantiasa sabar menghadapi penulis, dukungan tersebut memberi peran yang sangat berarti dalam membantu penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Selaku pihak yang telah memberikan dukungan, doa, bantuan, serta kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga segala kebaikan yang diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.
10. Terakhir, dengan segala kerendahan hati penulis ingin berterima kasih kepada Irsalia Hauna, diri sendiri, Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai detik ini, terima kasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Berbahagialah selalu dimanapun berada. Tetaplah jadi manusia yang berusaha dan tidak lelah untuk terus mencoba.

Besar harapan agar penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan bagi kita semua, semoga Allah membalas setiap kebaikan dan dukungan yang diberikan kepada penulis dengan balasan yang sebaik-

baiknya. Amiin ya Rabbal al-‘alamin.

Akhir dari tulisan ini penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini terdapat kendala maupun kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis berharap adanya kritis, saran serta usulan yang dapat membangun, mengingat tidak akan ada perubahan dan kemajuan tanpa adanya saran yang dapat membangun.

Banda Aceh, 21 Juli 2026
Penulis,

Irsalia Hauna
NIM. 220102196



PEDOMAN TRANSLITERASI

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P Dan K
Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor: 0543b/U/1987

1. Konsonan

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

Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alīf	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan	ط	tā'	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ب	Bā'	B	Be	ظ	za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ت	Tā'	T	Te	ع	'ain	‘	koma terbalik (di atas)
ث	Śa'	Ś	es (dengan titik di atas)	غ	Gain	G	Ge
ج	Jīm	J	Je	ف	Fā'	F	Ef

ح	Hā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)	ق	Qāf	Q	Ki
خ	Khā'	Kh	ka dan ha	ك	Kāf	K	Ka
د	Dāl	D	De	ل	Lām	L	El
ذ	Ẓāl	Ẓ	zet (dengan titik di atas)	م	Mūm	M	Em
ر	Rā'	R	Er	ن	Nūn	N	En
ز	Zai	Z	Zet	و	Wau	W	We
س	Sūn	S	Es	ه	Hā'	H	Ha
ش	Syūn	Sy	es dan ye	ء	Hamz ah	,	Apostro f
ص	Ṣād	Ṣ	es (dengan titik di bawah)	ي	Yā'	Y	Ye
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)				

2. Vokal

Vokal bahasa arab sama dengan bahasa Indonesia, yang mana terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a) Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A

◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b) Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ ◌ُ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
وَ ◌ُ	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف = kaifa, هول = haula

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ / يَ	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	Ā
يِ /	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
و	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ = *qāla*
 رَمَى = *ramā*
 قِيلَ = *qīla*
 يَقُولُ = *yaqūlu*

4. Tā' marbūṭah (ة)

Transliterasi untuk tā' marbūṭah ada dua. Yaitu:

- a. Tā' marbūṭah (ة) hidup

Tā' marbūṭah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Tā' marbūṭah (ة) mati

Tā' marbūṭah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir huruf tā' marbūṭah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

الْأَطْفَالُ رَوْضَةٌ

-*raud'ah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

-*al-Madīnah al-Munawwarah*

طَالِحَةٌ

-*ṭalḥah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydīd*, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا

-*rabbanā*

نَزَّلَ -*nazzala*

الْبِرُّ

-*al-birr*

الْحَجُّ -*al-ḥajj*

نُعِمَ

-*nu'ima*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu (ال), namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

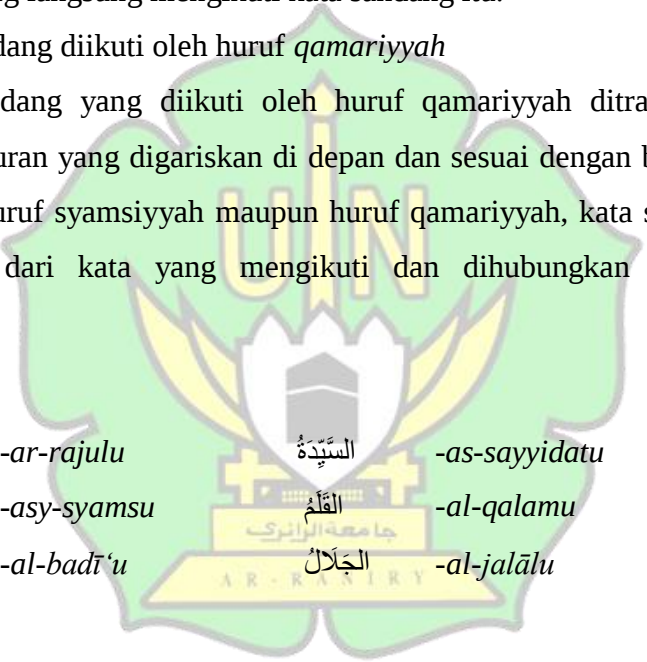
1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang diikuti oleh huruf *qamariyyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah* ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:



الرَّجُلُ	-ar-rajulu	السَّيِّدَةُ	-as-sayyidatu
الشَّمْسُ	-asy-syamsu	الْقَلَمُ	-al-qalamu
البَدِيعُ	-al-badī'u	الْجَلَالُ	-al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alīf*

Contoh:

تَأْخُذُونَ	-ta' khuzūna	النَّوْءُ	-an-nau'
شَيْءٌ	-syai'un	إِنَّ	-inna
أُمِرْتُ	-umirtu	أَكَلْ	-akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	-Wa inna Allāh lahuwa khair ar-rāziqīn
فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	-Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	-Fa auf al-kaila wa al-mīzān
وَمُرْسَاهَا بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا	-Fa auful-kaila wal- mīzān
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ	-Ibrāhīm al-Khalīl
مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	-Ibrāhīm al-Khalīl
	-Bismillāhi majrahā wa mursāh
	-Wa lillāhi 'ala an-nāsi hijju al-baiti
	-Man istaṭā'a ilāhi sabīla

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ -Wa mā Muhammadun illā rasul

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ -Inna awwala baitin wuḍ
i 'a linnāsi

لَلَّذِي بِيَكَّةَ مُبَارَكًا -lallaḏī bibakkata mubārakkan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ -Syahru Ramaḏān al-laḏi unzila fih al
Qur'ānu
-Syahru Ramaḏ ānal-laḏi unzila fihil
qur'ānu

بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ وَلَقَدْ رَآهُ -Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn
-Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīni -
الْعَالَمِينَ رَبِّ لِلَّهِ لَحْمَدُا -Alhamdu lillāhi rabbi al-'ālamīn
-Alhamdu lillāhi rabbil 'ālamīn

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

Contoh:

نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ -Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا -Lillāhi al-amru jamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ -Wallāha bikulli syai'in 'alīm

10. Tajwid

Bagi yang menginginkan kefasihan dalam bacaan pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid, karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Catatan:

Modifikasi

- 1) Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.
Contoh: Şamad Ibn Sulaimān.
- 2) Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrūt; dan sebagainya.
- 3) Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia tidak ditransliterasikan. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Perkiraan Harga Normal Produk Makanan dan Minuman di Kawasan Wisata Lampuuk.....	49
Tabel 3.2 Perkiraan Harga Normal Produk Makanan dan Minuman di Kawasan non-wisata Lampuuk	50
Tabel 3.3 Perbandingan Harga Kawasan Wisata dan non-wisata Lampuuk.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

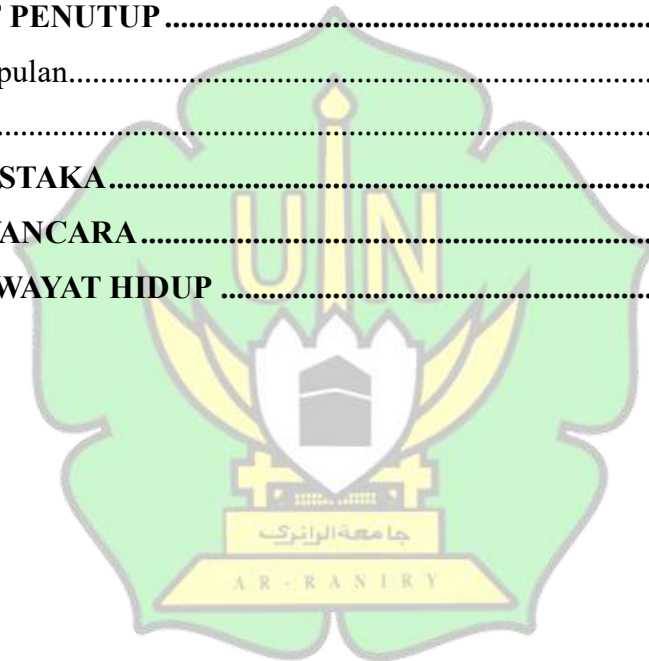
Lampiran 1: Sk Penetapan Pembimbing	73
Lampiran 1: Surat Permohonan Melakukan Penelitian.....	74
Lampiran 3: Protokol Wawancara	75
Lampiran 4: Dokumen Wawancara	78



DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	i
LEMBARAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBARAN PENGESAHAN SIDANG	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	x
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
DAFTAR ISI	xx
BAB SATU PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Penjelasan Istilah.....	9
E. Kajian Pustaka.....	12
F. Metodologi Penelitian	16
BAB DUA KONSEP ŠAMAN DAN PENETAPAN HARGA DALAM FIQH MUAMALAH	22
A. Konsep Šaman dalam Fiqh Muamalah.....	22
B. Syarat-syarat Šaman pada Akad Bai' Musawwamah	29
C. Standarisasi Nilai Šaman pada Akad Bai' Musawwamah	32
D. Ketentuan Mekanisme Pasar pada Penetapan Harga Jual Beli	36
E. Asas-asas pada Penetapan Harga dalam Mekanisme Pasar	39
BAB TIGA KEPASTIAN HUKUM PADA HARGA PENJUALAN MAKANAN DAN MINUMAN UNTUK PERLINDUNGAN KONSUMEN MENURUT KONSEP ŠAMAN	45

A. Monografi Kawasan Wisata Pantai Lampuuk dan Aktivitas Perdagangan Produk Makanan dan Minuman	45
B. Sistem Penetapan Harga Makanan dan Minuman di Pantai Lampuuk dan Prinsip Keterbukaan dan Transparansinya	49
C. Respon Konsumen terhadap Penetapan Harga Produk Makanan dan Minuman di Pantai Lampuuk Kec. Lhoknga	54
D. Upaya Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Ketidakpastian Harga di Pantai Lampuuk.....	58
E. Analisis Ketidakpastian Harga Produk Makanan dan Minuman Menurut Konsep <i>Saman</i>	62
BAB EMPAT PENUTUP	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
HASIL WAWANCARA.....	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	83



BAB SATU PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ketidakpastian harga produk makanan dan minuman di Pantai Lampuuk telah menjadi keluhan yang cukup sering disuarakan oleh konsumen. Hal ini terjadi karena ketidakjelasan informasi harga yang transparan dan standar harga yang berlaku. Kondisi ini mengarah praktik yang merugikan konsumen, seperti tawar-menawar. Dalam konteks hukum perlindungan konsumen di Indonesia, ini melanggar asas keterbukaan informasi yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, dan jujur mengenai kondisi dan harga barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.¹

Mabi' dalam konteks jual beli *musawwamah*, merujuk pada dua unsur utama yaitu barang yang diperjualbelikan serta harga yang disepakati antara penjual dan pembeli. Keberadaan *mabi'* menjadi bagian penting dari rukun jual beli yang harus dipenuhi agar transaksi tersebut sah menurut hukum. Oleh karena itu, peran *mabi'* sangat krusial dalam menjamin bahwa transaksi berlangsung secara adil dan sesuai dengan kepentingan kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli.²

Ada transaksi *bai' musawwamah*, persyaratan perlu disusun sebagai hasil kesepakatan antara penjual dan pembeli guna menjamin terlaksananya ketentuan yang berlaku pada akad yang sedang dijalankan, dengan memperhatikan kualifikasi tertentu. Penjual dan pembeli tidak hanya wajib memenuhi syarat-syarat yang berkaitan dengan unsur-unsur rukun akad, tetapi juga dapat menetapkan ketentuan tambahan sebagai spesifikasi dari perjanjian jual beli

¹ YLKI, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 2015), hlm. 44.

² Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance: Keuangan Syari'ah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), hlm. 234.

yang sesuai dengan kebutuhan transaksi tersebut. Kesepakatan ini sebaiknya dicapai sejak awal agar tidak terjadi perbedaan kepentingan yang bisa mempengaruhi legalitas transaksi. Harga yang telah disetujui bersama dan pembayaran yang dilakukan juga harus sesuai dengan kesepakatan yang telah diterapkan.³

Di kawasan wisata seperti Pantai Lampuuk, Kec. Lhoknga, Aceh Besar, kejelasan *mabi'* sangat krusial karena berhubungan langsung dengan keamanan konsumen. Namun, masih ditemukan praktik yang tidak sesuai prinsip muamalah Islam, seperti ketidakpastian harga, ketidaksesuaian produk, dan minimnya informasi komposisi/kualitas produk yang dapat merugikan salah satu pihak.⁴

Konsep *mabi'* mengintegrasikan perlindungan konsumen dengan menekankan keadilan dan transparansi dalam transaksi. Pemahaman konsep ini penting sebagai dasar analisis perlindungan hukum konsumen terhadap ketidakpastian harga dan kualitas produk di tempat wisata. Tentang kualitas objek jual beli sebagai *mabi'*nya, para ulama mazhab telah menetapkan syarat secara jelas, sebagaimana dikemukakan oleh Imam Abu Hanifah bahwa *mabi'* sebagai objek jual beli harus memiliki nilai sebagai harta dan ketentuan harga yang jelas, sehingga dapat ditransaksikan untuk berbagai kepentingan termasuk melalui akad jual beli.

Imam Abu Hanifah juga menyatakan bahwa *mabi'* harus memenuhi beberapa syarat seperti keberadaan objek tersebut jelas diketahui wujud dan keberadaannya, keadaan dari objek juga diketahui oleh kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli. Syarat lainnya juga dijelaskan secara spesifik dalam mazhab ini.⁵

³ Rachmad Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000), hlm 86.

⁴ Abdullah bin Nuh, *Prinsip Muamalah dalam Ekonomi Islam* (Bandung: Pustaka Al-Kausar, 2019,) hlm. 123-125.

⁵ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah Jilid XI*, terjemahan H. Kamaluddin A. Marzuki, (Bandung: PT. Al-Ma'rif, 1987), hlm. 55.

Pendapat senada dikemukakan oleh mazhab Maliki meskipun penjelasan detailnya lebih konkrit dikembangkan oleh *fuqaha* dalam mazhab ini, bahkan penjelasan tentang wujud dan kondisi fisik dari *mabi'* ini juga dimaknai secara jelas termasuk wujud non fisiknya seperti objek dalam bentuk jasa.⁶

Imam Syafi'i memiliki pendapat yang sedikit berbeda dengan Imam Hanafi dan Imam Maliki. Menurut Imam Syafi'i, *mabi'* adalah objek jual beli yang memiliki nilai dan harga yang jelas, serta dapat diperjualbelikan dalam transaksi jual beli. Imam Syafi'i menyatakan bahwa *mabi'* harus memenuhi beberapa syarat seperti memiliki nilai dan harga yang jelas, tidak ada penipuan atau kecurangan dalam transaksi jual beli, dan harus ada kesepakatan bersama antara penjual dan pembelinya.⁷

Imam Ahmad Ibn Hanbal juga memberikan pandangan yang serupa dengan Imam Syafi'i, walaupun penjelasan spesifiknya dikembangkan oleh *fuqaha* dalam madzhab ini, seperti penjelasan mengenai wujud dari kondisi *mabi'* itu sendiri yang dimaknai secara detail termasuk wujud non fisik seperti *mabi'* dalam bentuk jasa.⁸

Dalam kegiatan jual beli ini, salah satu hal yang paling mendasar adanya kesepahaman antara penjual dan pembeli mengenai barang yang di transaksikan, terutama soal harga minuman dan makanan. Di kawasan wisata seperti Pantai Lampuuk, sering kali ditemukan kasus, dimana pembeli tidak mengetahui secara pasti harga makanan dan minuman yang dibeli sebelum transaksi terjadi. Situasi ini membuka ruang bagi pedagang untuk mematok harga yang berubah-ubah dan terkadang tidak masuk akal, terutama kepada wisatawan di luar daerah. Ketidakpastian seperti ini menciptakan ketidakadilan dalam hubungan antara pedagang dan konsumen.⁹

⁶ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah Jilid XI*, terjemahan H. Kamaluddin A. Marzuki, (Bandung: PT. Al-Ma'rif, 1987), hlm. 56.

⁷ *Ibid.*, hlm. 57.

⁸ *Ibid.*, hlm. 58.

⁹ Hasil wawancara dengan Juariah, pemilik warung, pada tanggal 12 Juni 2025, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

Ketika penjual menyembunyikan atau tidak menetapkan harga dengan pasti, maka itu membuka peluang adanya penipuan atau manipulasi. Ulama fikih menegaskan bahwa praktik semacam ini menjadi akar munculnya sengketa dan kebencian di antara masyarakat. Maka dari itu, pasar yang ideal bukan hanya dilihat dari seberapa besar perputaran uang yang terjadi, tetapi juga sejauh mana keadilan dan kejujuran dijaga dalam setiap interaksi ekonomi.

Kondisi ini menjadi perhatian penting, terlebih di Aceh yang secara hukum menerapkan prinsip-prinsip syariat Islam dalam penyelenggaraan pemerintahannya. Maka, analisis terhadap perlindungan konsumen atas ketidakpastian harga di kawasan Pantai Lampuuk harus mempertimbangkan aspek keislaman yang hidup di tengah masyarakat. Bukan semata-mata karena tuntutan hukum positif, tetapi juga karena nilai-nilai keagamaan yang mengatur bagaimana seharusnya perdagangan dijalankan secara etis dan bermartabat.¹⁰

Kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari yang bersifat transaksional, yang menuntut adanya interaksi ekonomi antara konsumen dan pelaku usaha. Dalam konteks ini, Konsep *saman* sangat relevan karena menekankan prinsip keadilan dan keseimbangan dalam setiap transaksi.

Penerapan *saman* dalam transaksi ekonomi dapat mengatasi ketidakpastian harga dan potensi konflik yang muncul akibat ketidakadilan. Dengan adanya prinsip *saman*, konsumen mendapatkan perlindungan hukum yang menjamin hak-hak mereka, seperti mendapatkan informasi harga yang jelas dan perlakuan yang adil dalam bertransaksi. Namun, di kawasan wisata seperti Pantai Lampuuk, kebutuhan transaksional meningkat seiring dengan pertumbuhan aktivitas ekonomi. Oleh sebab itu, penerapan konsep *saman* menjadi penting untuk memastikan bahwa transaksi yang terjadi berjalan secara

¹⁰ Muhammad, Abdul Wahid. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: kencana, 2011. Hlm. 45-46.

adil, transparan, dan seimbang, sehingga dapat menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen.¹¹

dengan jenis produk dan kebijakan masing-masing pedagang, sehingga mencerminkan keberagaman kuliner yang ditawarkan. Namun, pada sebagian warung, harga belum dicantumkan secara jelas melalui daftar harga atau menu, sehingga konsumen tidak mengetahui harga sebelum melakukan pemesanan. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan persepsi adanya harga yang tidak wajar, menurunkan kenyamanan dan kepercayaan pengunjung, serta mencoreng citra pariwisata lokal. Oleh karena itu, pemerintah daerah mengimbau agar seluruh pedagang mencantumkan harga secara jelas dan terbuka di setiap warung atau tempat usaha mereka. Inisiatif ini diharapkan dapat menciptakan sistem perdagangan yang lebih adil, menjamin kepastian bagi wisatawan dalam merencanakan pengeluaran, serta mendorong pertumbuhan sektor pariwisata dan ekonomi lokal yang berkelanjutan.¹²

Untuk penetapan harga pada produk makanan dan minuman di kawasan Pantai Lampuuk, telah disepakati bersama bahwa harga yang ditawarkan kepada pengunjung telah disesuaikan dan disamakan berdasarkan acuan harga pasar. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi persaingan tidak sehat antar pedagang dan untuk memberikan rasa nyaman serta kepercayaan kepada para wisatawan bahwa mendapatkan harga yang wajar dan adil di setiap warung, tetapi ada juga beberapa warung yang membedakan harga, misalnya harga Indomie Rp15.000 di warung tersebut menjual Rp13.000.¹³

¹¹ Mahmud Effendi, *Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), hlm. 45.

¹² Destinasi Si Target: Wisata Lampuuk. Diakses dari: <https://www.kompasiana.com/>.

¹³ Hasil wawancara dengan Annisa, pemilik warung, pada tanggal 12 Juni 2025, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

Umumnya para pelaku usaha di kawasan Pantai Lampuuk mengadakan musyawarah mufakat untuk mencapai kesepakatan bersama dalam menetapkan harga sesuai dengan kondisi pasar, dan harga tersebut akan diberlakukan secara beragam di semua kafe atau warung. Namun, biasanya harga ikan bakar atau *seafood* cenderung mengalami kenaikan, terutama disaat menjelang libur bulan Ramadhan ataupun saat musim angin kencang, karena ketersediaan barang yang seringkali menurun dan menyebabkan lonjakan harga.

Dalam penetapan harga pada produk makanan dan minuman di Pantai Lampuuk, pemerintah daerah tidak secara langsung terlibat, mengingat lahan tempat berdirinya kafe dan warung tersebut sepenuhnya merupakan murni milik pribadi, seperti dalam halnya pembelian properti. Meskipun demikian, pemerintah tetap melakukan pemantauan terhadap kewajaran harga yang ditetapkan oleh pemilik usaha. Jika ditemukan harga yang dianggap terlalu tinggi, pemerintah akan memberi teguran pada pemilik kafe atau warung tersebut. Selain itu, apabila terdapat keluhan dari yang merasa dirugikan dalam penyediaan pada makanan dan minuman yang disediakan, pemilik warung tersebut siap untuk ganti rugi atas kerugian tersebut.¹⁴

Tingkat harga sangat memengaruhi minat dan kemampuan pengunjung untuk membayar. Ketika harga makanan dan minuman di kawasan Pantai Lampuuk tidak tercantum pada menu dan tanpa informasi yang transparan, maka konsumen merasa dirugikan. Mereka tidak dapat memperkirakan berapa biaya yang harus dibayar, sehingga hal ini membebani terutama bagi konsumen dengan daya beli terbatas, seperti wisatawan lokal. Ketidakpastian ini mengakibatkan ketimpangan dalam transaksi, karena konsumen tidak berada dalam posisi yang setara dengan penjual dalam hal informasi.¹⁵

¹⁴ Hasil wawancara dengan Dedi Hidayat, pemilik warung, pada tanggal 16 Juni 2025, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

¹⁵ Hasil wawancara dengan Izaa, Konsumen kafee Ungu, pada tanggal 12 Juni 2025, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

Perlindungan terhadap konsumen atas ketidakpastian harga pada produk makanan dan minuman di kawasan Pantai Lampuuk sangat penting untuk menjaga kenyamanan dan kepercayaan pengunjung. Pelaku usaha di kawasan wisata perlu menunjukkan keterbukaan harga, misalnya dengan mencantumkan daftar harga dengan jelas pada tempat usaha mereka. Selain itu, adanya pengawasan dari pihak yang berwenang dan kerja sama dengan pelaku usaha lokal juga dibutuhkan agar tercipta lingkungan usaha yang adil, serta memberi rasa aman dan kepastian bagi para konsumen yang datang berkunjung.¹⁶

Banyak wisatawan mengeluh juga terhadap praktik harga yang tidak jelas, praktik semacam ini tentu melanggar ketentuan hukum dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 4 huruf a dan c yang menjamin hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, serta hak untuk mendapatkan informasi dan harga yang wajar.¹⁷ Namun, untuk menanggulangi masalah ini, konsumen memiliki beberapa jalur perlindungan hukum. Konsumen dapat mengadukan praktik penetapan harga yang merugikan ini ke badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Dinas Perdagangan. Di sisi lain juga konsumen dapat menyelesaikan secara musyawarah, mediasi atau arbitrase melalui BPSK.

Dalam kajian ini, penulis meneliti tentang analisis perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidakpastian harga pada produk makanan dan minuman di Pantai Lampuuk menimbulkan dampak hukum yang merugikan konsumen, seperti kebingungan dan potensi sepihak dari penjual dalam menentukan harga. Hal ini, menyebabkan konsumen tidak mendapatkan kepastian dan keadilan dalam bertransaksi. Pada konsep *saman*, kejelasan harga merupakan syarat sahnya jual beli. Jika harga tidak jelas, maka transaksi dapat dianggap tidak sah atau cacat.

¹⁶ Hasil wawancara dengan Izaa, Konsumen kafe Ungu, pada tanggal 12 Juni 2025, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

¹⁷ Undang-Undang Nomor 8 tentang *Pelindungan Konsumen*.

Untuk penelitian ini penulis tetapkan judul yaitu **Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Ketidakpastian Harga Pada Produk Makanan Dan Minuman di Pantai Lampuuk Menurut Konsep *Šaman*.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengapa pihak manajemen kafe dan warung makan di Pantai Lampuuk tidak terbuka dan transparan dalam menetapkan harga pada produk makanan dan minuman yang dijualnya?
2. Bagaimana respon konsumen terhadap harga yang ditetapkan pemilik kafe dan warung setelah makanan dan minuman diorder dan dikonsumsi?
3. Bagaimana upaya perlindungan hukum yang dapat diterapkan terhadap konsumen yang dilakukan pemilik kafe dan warung menurut konsep *šaman*?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diuraikan di atas, maka penelitian ini dilakukan agar lebih fokus dalam penelitian dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui tentang pihak manajemen kafe dan warung makan di Pantai Lampuuk tidak terbuka dan transparan dalam menetapkan harga pada produk makanan dan minuman yang dijualnya.
2. Untuk mengetahui respon konsumen terhadap harga yang ditetapkan pemilik kafe dan warung setelah makanan dan minuman diorder dan dikonsumsi.
3. Untuk mengetahui upaya perlindungan hukum yang dapat diterapkan terhadap konsumen yang dilakukan pemilik kafe dan warung menurut konsep *šaman*.

D. Penjelasan Istilah

Untuk mengetahui gambaran tentang pembahasan dalam penelitian dengan benar dan tidak menimbulkan kesalahpahaman terhadap istilah-istilah dan kata kunci yang digunakan dalam skripsi yang berjudul Analisis perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidakpastian harga pada produk makanan dan minuman di Pantai Lampuuk menurut konsep Šaman maka terlebih dahulu penulis akan menjelaskan beberapa istilah yaitu:

1. Perlindungan Hukum

Perlindungan adalah tempat berlindung, hal (perbuatan dan sebagainya) memperlindungi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Perlindungan adalah tindakan atau hal melindungi; naungan; pembelaan.¹⁸

Hukum menurut Utrecht adalah himpunan peraturan-peraturan (perintah-perintah dan larangan-larangan) yang mengurus tata tertib suatu masyarakat dan oleh karena itu harus ditaati oleh masyarakat itu.¹⁹

Hukum merupakan peraturan yang berupa norma dan sanksi yang dibuat dengan tujuan untuk mengatur tingkah laku manusia, menjaga ketertiban, keadilan, mencegah terjadinya kekacauan.²⁰

Analisis yang penulis maksud dalam penelitian ini yaitu upaya memberikan kepastian hukum kepada setiap warga negara, termasuk konsumen. Dalam jual beli, konsumen merupakan pihak yang rentan dirugikan jika informasi yang diberikan oleh pelaku usaha tidak transparan, termasuk juga soal harga.

2. Konsumen

¹⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/perlindungan/analisis> diakses pada Tanggal 30 Mei 2025.

¹⁹ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2005). Hlm 38.

²⁰ Yuhelson, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Ideas Publishing, Desember 2017). Hlm 3.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (makanan, pakaian dan sebagainya) pemakai, pembeli.²¹

Analisis yang penulis maksudkan di sini konsumen adalah individu atau kelompok yang memperoleh atau menggunakan produk makanan dan minuman yang ditawarkan oleh pelaku usaha di kawasan wisata Pantai Lampuuk, dengan harapan memperoleh harga yang jelas, wajar, dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

3. Ketidakpastian Harga

Ketidakpastian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah keadaan tidak pasti, keadaan yang belum tentu, atau tidak menentu.²² Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa. Menurut William J. Stanton, harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.²³

Analisis yang penulis maksudkan di sini ketidakpastian harga adalah suatu kondisi dimana harga suatu barang, jasa sulit diprediksi secara akurat. Hal ini terjadi karena harga dipengaruhi oleh berbagai faktor yang bisa berubah sewaktu-waktu, seperti kondisi pasar. Ketika harga tidak pasti, para pelaku ekonomi seperti produsen, konsumen, dan investor menghadapi kesulitan dalam mengambil keputusan.

4. Produk Makanan dan Minuman

²¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/konsumen/analisis> diakses pada tanggal 28 Mei 2025.

²² *Ibid.*, diakses pada tanggal 1 Juni 2025.

²³ Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002), Cet 2, hlm. 268.

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada orang lain untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.²⁴ Makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang diperlukan setiap saat dan memerlukan pengolahan yang baik dan benar agar bermanfaat bagi tubuh, karena makanan sangat diperlukan oleh tubuh. Minuman adalah cairan yang dikonsumsi oleh makhluk hidup, terutama manusia, untuk menghilangkan dahaga, menyegarkan tubuh. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minuman adalah barang yang dapat diminum (seperti air, kopi, dan sirup).²⁵

Analisis yang penulis maksud dalam penelitian ini, produk makanan dan minuman adalah jenis barang yang diperjualbelikan untuk dikonsumsi secara langsung, baik berupa makanan ringan, makanan berat maupun minuman kemasan atau olahan yang dijual di tempat wisata Pantai Lampuuk, Kec. Lhoknga, Aceh Besar.

5. Konsep *Ṣaman*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) konsep adalah rancangan; atau rancangan awal sebelum menjadi sesuatu pengertian yang konkret.²⁶ *Ṣaman* (سَمَن) secara Bahasa berarti harga. Secara istilah, *ṣaman* merujuk pada sesuatu yang dijadikan sebagai alat tukar dalam transaksi jual-beli, yaitu seperti uang atau barang yang disepakati oleh para pihak sebagai alat pembayaran.²⁷ Dalam praktik jual beli *ṣaman* adalah istilah yang merujuk pada harga atau nilai yang disepakati sebagai imbalan atas barang atau jasa yang diperjual belikan. *Ṣaman* ini menjadi unsur penting dalam suatu bentuk perjanjian jual beli karena merupakan bentuk kesepakatan antara

²⁴ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merk*, (Yogyakarta: Qiara Media, 2019), hlm. 2.

²⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/minuman/analisis> diakses pada tanggal 1 Juni 2025.

²⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/konsep/analisis> diakses pada tanggal 2 Juni 2025.

²⁷ Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz 4 (Damaskus: Dar al-Fikr, 1985), hlm. 2665.

penjual dan pembeli mengenai besarnya pembayaran yang harus diberikan oleh pembeli sebagai balasan atas harga barang yang diterima. *Saman* harus memenuhi syarat tertentu, seperti jelas, pasti, dan disepakati oleh kedua belah pihak agar perjanjian tersebut sah dan dapat mengikat secara hukum.²⁸

Konsep *saman* menekankan pentingnya kejelasan dalam bertransaksi, termasuk juga kepastian harga serta kepastian dalam jual beli, dan tanggung jawab penjual terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.

E. Kajian Pustaka

Penulisan kajian pustaka bertujuan untuk menghindari plagiasi dalam penelitian ini, melalui judul yang peneliti ajukan, maka kajian pustaka yang akan diteliti yaitu tentang analisis perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidakpastian harga pada produk makanan dan minuman maka peneliti akan meneliti lebih lanjut bagaimana relevansinya dengan harga yang ditetapkan di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar. Adapun penelitian lain yang terkait dengan penelitian ini antara lain:

Pertama, penelitian yang ditulis oleh Tan Nathalia pada tahun 2023, Mahasiswi Universitas Jayabaya, Jakarta. Program Studi Magister Kenotariatan, tentang “*Perlindungan Hukum bagi Konsumen Online Terkait Penampilan Produk Makanan Diterima Tidak Sesuai Dengan Ditawarkan Dalam Aplikasi*”. Penelitian ini mengkaji ketidaksesuaian produk makanan oleh konsumen dengan penawaran yang tercantum dalam aplikasi layanan pesan antar makanan online. Pada penelitian ini lebih mengkaji aspek perlindungan hukum bagi konsumen atas praktik wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam transaksi elektronik.²⁹

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian penulis, yaitu sama-sama menitikberatkan pada perlindungan hukum terhadap konsumen dalam

²⁸ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: Intermasa, 2014), hlm. 60-61.

²⁹ Tan Nathalia “Perlindungan Hukum bagi Konsumen Online Terkait Penampilan Produk Makanan Diterima Tidak Sesuai Dengan Ditawarkan Dalam Aplikasi”, *Jurnal Hukum Non Diskriminatif* 1, No 2 (Januari 2023).

transaksi makanan dan minuman. Namun, perbedaannya terletak pada fokus permasalahan dan pendekatannya melalui pendekatan normatif yuridis dalam kerangka hukum positif, sementara penelitian penulis lebih mengkhususkan pada ketidakpastian harga sebagai bentuk ketidakadilan dalam transaksi konsumsi di Kawasan Pantai Lampuuk, yang ditinjau melalui perspektif hukum khususnya dalam konsep *saman*, yaitu ketentuan harga yang pasti dan diketahui oleh kedua belah pihak dalam akad jual beli.

Kedua, Penelitian yang ditulis oleh Safrizal, Mahasiswa UIN Ar-Raniry, Fakultas Syari'ah dan Hukum pada tahun 2021, yang berjudul "*Sistem Perlindungan Konsumen Pada Produk Makanan dan Minuman Impor di Banda Aceh dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Tentang Label Halal dan Ingredients pada Kemasan)*". Membahas tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam konteks ketidakterbukaan informasi pada kemasan produk impor, khususnya yang tidak mencantumkan label halal dan komposisi bahan. Dalam penelitian ini masih banyak produk makanan dan minuman impor yang beredar di Banda Aceh tanpa label halal atau daftar komposisi, yang menimbulkan keraguan bagi konsumen muslim.³⁰

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian penulis, yaitu sama-sama membahas perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli makanan dan minuman, keduanya menyoroti adanya ketidakjelasan dalam transaksi. Adapun perbedaan antara penelitian Safrizal dengan penelitian penulis adalah pada fokus kajian. Penelitian Safrizal lebih menekankan pada aspek kejelasan informasi produk yang dikemas (label halal dan *ingredients*), sedangkan fokus penelitian penulis adalah pada aspek ketidakpastian harga makanan dan minuman yang dijual di kawasan wisata Pantai Lampuuk, Kec. Lhoknga.

³⁰ Safrizal, "*Sistem Perlindungan Konsumen pada Produk Makanan dan Minuman Impor di Banda Aceh dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Tentang Label Halal dan Ingredients pada Kemasan)*", *Skripsi*, (Banda Aceh: Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, 2021).

Ketiga, Penelitian yang ditulis oleh Luki Fikri, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Fakultas Syari'ah pada tahun 2023, yang berjudul *"Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pengawasan Pasar dan Perlindungan Konsumen dalam Stabilitas Harga (Studi pada Satuan Tugas Pangan Polda Lampung)"*. Dalam penelitian ini, penulis membahas tentang peran Satgas Pangan dalam menjaga stabilitas harga dan memberikan perlindungan terhadap konsumen dari kenaikan harga bahan pokok dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan tinjauan dari perspektif hukum Islam.³¹

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian penulis, yaitu sama-sama menyoroti perlindungan terhadap konsumen dalam konteks harga yang tidak menentu. Namun, perbedaannya terletak pada ruang lingkup, dan pendekatan. Yang digunakan penelitian Luki Fikri berfokus pada stabilitas harga secara umum oleh lembaga negara, sementara penelitian penulis lebih pada makanan dan minuman di Pantai Lampuuk, dan dianalisis dari konsep *šaman*.

Keempat, Penelitian yang ditulis oleh Amrisyah Mutoi, Mahasiswa Universitas Malikussaleh, Fakultas Hukum pada tahun 2024, yang berjudul *"Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Perbedaan Harga Pada Label Rak Barang dengan Nota Pembayaran (Studi Penelitian di Suzuya Lhokseumawe)"*, dalam penelitian ini, penulis menganalisis bagaimana implementasi perlindungan hukum dan tanggung jawab pelaku usaha terhadap perbedaan harga antara label rak dan nota pembayaran. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan wawancara. Ditemukan bahwa Suzuya Lhokseumawe menerapkan perlindungan konsumen preventif, seperti memasang pengumuman bahwa harga yang tertera di rak merupakan harga yang sebenarnya, apabila terdapat selisih harga maka konsumen dapat menghubungi *customer service*,

³¹ Luki Fikri, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pengawasan Pasar dan Perlindungan Konsumen dalam Stabilitas Harga (Studi pada Satuan Tugas Pangan Polda Lampung)", *Skripsi*, (Lampung: Fakultas Syari'ah, UIN Raden Intan Lampung, 2023).

serta mencantumkan nomor layanan di nota pembayaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan *yuridis empiris* dengan metode kualitatif.³²

Penelitian ini memiliki kesamaan fokus dengan proposal penulis, yaitu sama-sama mengeksplorasi perlindungan konsumen terhadap ketidakpastian harga dalam penyediaan produk makanan dan minuman. Namun, perbedaannya yaitu pada penelitian Amrisyah Mutoi lebih menitikberatkan analisis terhadap mekanisme penyelesaian ketika terjadi selisih harga di titik pembelanjaan formal, sementara penelitian penulis, mengintegrasikan konsep *saman* dalam perspektif Islam untuk mengukur keadilan dan kepastian harga di kawasan wisata Pantai Lampuuk, Kec. Lhoknga.

Kelima, Penelitian yang ditulis oleh Ali Imran, UIN Alauddin Makassar tentang “*Perlindungan Konsumen terhadap Makanan dan Minuman yang Tidak Berlabel Halal di Kota Makassar*”. Penelitian ini membahas bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengonsumsi produk makanan dan minuman tanpa label halal, dengan menggunakan pendekatan yuridis empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan terhadap konsumen sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Dalam praktiknya, perlindungan dilakukan melalui sertifikasi halal oleh LPPOM MUI, sosialisasi, serta pengawasan dan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan tersebut.³³

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis, yaitu sama-sama membahas perlindungan hukum terhadap konsumen dalam sektor makanan dan minuman. Namun, perbedaannya terletak pada fokus permasalahan yaitu artikel ini menyoroti aspek jaminan halal sebagai bentuk perlindungan terhadap

³² Amrisyah Mutoi, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perbedaan Harga Pada Label Rak Barang Dengan Nota Pembayaran (Studi Penelitian di Suzuya Lhokseumawe)”, *Skripsi*, (Lhokseumawe: Fakultas Hukum, Universitas Malikussaleh, 2024).

³³ Ali Imran, Siti Nurjannah, dan Muh. Amiruddin, “Perlindungan Konsumen Terhadap Makanan dan Minuman yang Tidak Berlabel Halal di Kota Makassar,” *Alauddin Law Development Journal* (ALDEV), Vol. 5, No. 1, 2023, h. 103.

hak konsumen muslim, sedangkan penelitian penulis menitikberatkan pada perlindungan hukum terhadap ketidakpastian harga yang dialami konsumen di kawasan Wisata Pantai Lampuuk, dengan menggunakan pendekatan konsep *saman* dalam hukum Islam.

Berdasarkan pemaparan riset di atas, penulis dapat menegaskan bahwa penelitian ini bebas dari unsur plagiasi serta tidak mengandung pengulangan. Penelitian ini memiliki ciri yang berbeda dari penelitian-penelitian terdahulu. Karena itu, Penelitian ini layak untuk dikaji lebih lanjut dan dikembangkan dalam bentuk karya ilmiah berupa skripsi.

F. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian ini adalah cara ilmiah yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data guna menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis dalam suatu studi tertentu hingga mencapai tujuan penelitian.³⁴ Dalam melakukan penelitian, penulis membutuhkan data yang lengkap untuk memperoleh informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian sehingga penulis membutuhkan teknik yang tepat. Adapun langkah-langkah yang diambil oleh penulis sebagai berikut:

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan rancangan yang disusun untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan penulis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan yuridis empiris, yaitu suatu pendekatan yang mengkaji hukum baik segi normatif maupun pelaksanaannya di lapangan. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidakpastian harga pada produk makanan dan minuman yang dijual di kawasan Wisata Pantai Lampuuk, kec. Lhoknga menurut konsep *saman*.

³⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 2.

Pendekatan ini mengkaji peraturan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, terutama di dalam hubungan antara pedagang dan konsumen di kawasan Pantai Lampuuk.

Aspek yuridis digunakan untuk mengkaji ketentuan hukum yang berlaku mengenai perlindungan konsumen terhadap ketidakpastian harga pada produk makanan dan minuman yang dijual di kawasan Pantai Lampuuk. Sedangkan aspek empiris dilakukan dengan menelusuri fakta di lapangan melalui wawancara dan dokumentasi terhadap pelaku usaha di Pantai Lampuuk, guna mengetahui penerapan aturan tersebut dijalankan secara nyata. Kedua pendekatan ini menjadi kerangka penting dalam menganalisis kesesuaian antara norma hukum yang ditetapkan dengan realitas praktik yang berlangsung di lapangan.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian merupakan pengelompokan cara atau pendekatan yang digunakan peneliti untuk mendapatkan informasi sebagai pemecahan masalah dalam penelitian. Dalam penulisan karya ilmiah ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis spesifiknya yaitu deskriptif analisis.

Dalam riset ini, penulis menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidakpastian harga pada produk makanan dan minuman di Pantai Lampuuk. Kec. Lhoknga. Dalam deskriptif analisis, penulis mengkaji relevansi praktik tersebut dengan konsep *saman* dalam hukum.

3. Sumber Data

Sumber data merupakan segala hal yang berkaitan dengan data yang diperoleh.³⁵ yaitu segala sesuatu yang merujuk pada berbagai informasi yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara mendalam. Adapun mengenai sumber data pada penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi:

³⁵ Suharmi Arikundo, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 120.

a. Data Primer

Data primer yaitu jenis data yang diperoleh dan digali dari sumber utamanya (sumber asli) dan merupakan data murni yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan secara langsung, yang masih memerlukan pengolahan lebih lanjut.³⁶ Dalam hal ini, peneliti memperoleh data dari hasil wawancara langsung empat orang yaitu Juariah, Dedi Hidayat, M. Amin, dan Annisa, selaku pemilik kafe atau warung, serta Izaa, Aisyah, Rizky, Humaira selaku konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian makanan dan minuman di Pantai Lampuuk.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah peneliti atau penulis dapatkan melalui tela'ah literatur (*library research*) seperti buku-buku, jurnal, laporan penelitian, dan lain-lain. Setelah data tersebut diperoleh maka penulis menganalisisnya sesuai dengan prosedur penelitian dengan menggunakan Regulasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang sesuai dengan penelitian, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya dengan metode wawancara dan dokumentasi.

a. Interview (Wawancara)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh melalui komunikasi langsung secara lisan guna memperoleh informasi atau pendapat yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.³⁷ Dalam riset ini penulis menggunakan wawancara dalam bentuk *guiden interview* dengan membuat daftar pertanyaan dan kerangka wawancara sistematis yang diajukan pada pihak-pihak yang terlibat langsung, yaitu dengan empat

³⁶ Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 122.

³⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 194.

orang pemilik kafe atau warung dan empat orang pengunjung kafe di Pantai Lampuuk, Kecamatan Lhoknga, Kabupaten Aceh Besar.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu proses pencatatan, penyimpanan informasi data yang diperoleh dari wawancara yang bersumber dari dokumen dan rekaman.³⁸ Adapun data dokumentasi yang penulis butuhkan dalam bentuk daftar menu dan bukti pembayaran yang diberikan kepada pihak konsumen.

5. Langkah Analisis Data

Langkah analisis data adalah proses pengolahan data yang diperoleh peneliti untuk menghasilkan jawaban terhadap permasalahan yang telah diformat dalam rumusan masalah berdasarkan data-data yang valid dan objektif. Adapun tahapan yang akan dilakukan sebagai berikut:

- a. Melakukan penelaahan data yang telah dikumpulkan dengan membaca dan memverifikasi seluruh data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi, sehingga dapat diketahui secara jelas mana yang merupakan data primer dan data sekunder.
- b. Melakukan pengelompokan data berdasarkan sumber dan jenisnya, yaitu data hasil wawancara yang dikategorikan sebagai data primer, dan data dari buku, jurnal, serta dokumen lain sebagai data sekunder. Pengelompokan ini bertujuan untuk mempermudah proses analisis agar tetap fokus pada konteks penelitian.
- c. Menyusun data yang telah diverifikasi dan diklasifikasikan melalui tabulasi, agar data dapat diatur secara sistematis sesuai tema atau topik yang diteliti, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidakpastian harga pada produk makanan dan minuman di Pantai Lampuuk menurut konsep *saman*.

³⁸ Muhammad Teguh, *Metologi penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 22

- d. Menyusun data hasil analisis ke dalam bentuk naratif ilmiah secara sistematis dan logis dalam format skripsi, agar dapat menggambarkan kondisi nyata dan memberikan rekomendasi yang relevan.

6. Pedoman Penulisan

Teknik penulisan dalam skripsi ini berpedoman pada Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah Mahasiswa yang diterbitkan oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh edisi revisi Tahun 2019, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), serta Al-Qur'an dan terjemahannya yang diterbitkan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia. Selain itu, buku-buku fiqih muamalah, serta berbagai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik kajian ini. Dengan berpedoman pada sumber-sumber yang telah ditetapkan, peneliti menyusun hasil penelitian secara sistematis guna memudahkan pembaca dalam memahami setiap aspek yang dibahas dalam penelitian ini.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh tulisan yang baik dan mudah dipahami serta dimengerti maka sistematika pembahasannya dibagi dalam bab-bab dan tiap bab dibagi dalam sub-sub bab. Adapun rincian dan sistematika pembahasan ini adalah:

Bab satu, merupakan bab pendahuluan, dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab dua, merupakan pengertian *saman* dan dasar hukumnya, pendapat fuqaha tentang syarat-syarat *saman*, kualitas *saman* sebagai objek transaksi dan keberadaannya saat transaksi, pendapat ulama tentang kualitas *saman* dan relevansinya dengan ketidakpastian harga, dan kesesuaian dengan objek jual beli (*mabi'*).

Bab tiga, merupakan bab pembahasan yang membahas tentang perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidakpastian harga pada produk makanan dan minuman di pantai lampuuk menurut konsep *saman*. Bab pembahasan ini menguraikan gambaran tentang praktik penetapan harga oleh pedagang serta dampaknya terhadap hak-hak konsumen, dan tinjauan konsep *saman* dalam jual beli memberikan relevansi terhadap perlindungan konsumen di kawasan Pantai Lampuuk, Kecamatan Lhoknga, Kabupaten Aceh Besar. Bab empat, merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan penelitian yang kemudian dilengkapi dengan saran-saran yang kiranya dapat bermanfaat sebagai masukan ataupun pertimbangan bagi pihak-pihak terkait.



BAB DUA

KONSEP *ŠAMAN* DAN PENETAPAN HARGA DALAM FIQH MUAMALAH

A. Konsep *Šaman* dalam Fiqh Muamalah

Šaman dipahami sebagai harga atau nilai tukar yang digunakan dalam transaksi jual beli antara penjual dan pembeli. Namun, dalam fiqh muamalah *šaman* dipahami bukan sekedar sebagai harga atau alat tukar, melainkan sebagai unsur hukum yang harus ditetapkan secara jelas, pasti, dan disepakati antara penjual dan pembeli.

Šaman secara bahasa berarti harga, nilai tukar, atau sesuatu yang digunakan sebagai alat pembayaran. Kata *Šaman* sering digunakan untuk menunjukkan nilai suatu barang yang ditukar dengan barang lain atau dengan uang.³⁹ Secara istilah *šaman* merujuk pada sesuatu yang digunakan sebagai alat tukar atau kompensasi untuk barang yang dijual (*mabi'*) dalam akad jual beli. *Šaman* umumnya berupa uang, tetapi dalam praktik muamalah Islam juga bisa berupa barang lain yang disetujui dan mempunyai nilai ekonomi. Oleh karena itu, *šaman* bukan hanya sekedar angka harga, melainkan elemen penting dalam akad yang menentukan keseimbangan hak dan kewajiban antara penjual dengan pembeli.

Kejelasan *šaman* merupakan syarat utama dalam keabsahan transaksi jual beli menurut fiqh muamalah. Kedua pihak harus mengetahui secara tepat tentang harga, termasuk jumlah, jenis, dan metode pembayaran, untuk mencegah adanya unsur ketidakpastian. Aturan ini ditujukan untuk melindungi keadilan dan mencegah kemungkinan perselisihan yang bisa merugikan salah satu pihak. Penetapan harga ini harus berlandaskan pada prinsip kesepakatan (*tarāḍī*), sehingga transaksi yang dilakukan benar-benar berasal dari persetujuan Bersama tanpa adanya tekanan ataupun kecurangan. Dalam perspektif hukum Islam, harga yang disetujui tidak hanya memiliki nilai ekonomis, tetapi juga

³⁹ Rachmad Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2000), hlm. 74.

berdimensi moral dan hukum, karena berkaitan langsung dengan tanggung jawab masing-masing pihak dalam melaksanakan transaksi.⁴⁰

Mazhab Hanafiyah menegaskan bahwa harga dalam akad jual beli wajib diketahui secara jelas, baik dari segi nominal, jenis alat pembayaran, maupun waktu pembayarannya. Ulama Hanafiyah menyatakan bahwa menyembunyian harga atau penetapan harga secara sepihak setelah akad berlangsung dapat dikategorikan sebagai *tadlīs* (penipuan), yang hukumnya haram dalam Islam. Menurut pandangan ulama hanafiyah, apabila harga tidak ditentukan secara pasti saat akad berlangsung, maka akad tersebut dikategorikan sebagai akad fasid karena mengandung unsur *gharar*.⁴¹

Pendapat serupa juga dikemukakan oleh mazhab Malikiyah yang memandang kejelasan harga sebagai bagian dari upaya menjaga *Maslahah 'Ammah*. Ulama Malikiyah melarang praktik jual beli yang menyembunyikan harga atau membiarkan pembeli berada dalam ketidaktahuan, khususnya juga pada transaksi konsumtif seperti makanan dan minuman. Ketidakjelasan harga dinilai membuka peluang eksploitasi terhadap konsumen dan bertentangan dengan prinsip kejujuran serta keterbukaan dalam muamalah.⁴²

Mazhab Syafi'iyah memiliki pandangan yang lebih ketat terkait kejelasan *saman*. Menurut Imam Syafi'I, akad jual beli tidak sah apabila harga tidak diketahui secara jelas oleh kedua pihak pada saat akad dilakukan. Ketidaktahuan terhadap harga dikategorikan sebagai *gharar* yang membatalkan akad karena menghilangkan unsur kerelaan (*tarāḍin*) antara penjual dan pembeli.⁴³

⁴⁰ Abdurrahman al-Jazīrī, *Al-Fiqh 'alā al-Mazāhib al-Arba'ah*, Jilid II (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2003), hlm. 159.

⁴¹ Arum Indiharwati et al., "Gharar dalam Akad Jual Beli Perspektif Mazhab Hanafi," *Al-Iktisab: Journal of Islamic Economic Law*, Vol. 9 No. 2, 2025.

⁴² Rahmawati, "Transparansi Harga dalam Jual Beli Perspektif Mazhab Hanafi," *Al-Iktisab: Journal of Islamic Economic Law*, Vol. 9 No. 1, 2024.

⁴³ Muthia Azzahra et al., "Bai' Majhuk Ats-Tsaman dalam Perspektif Mazhab Syafi'I," *Hikmah: Journal of Islamic Studies*, Vol. 4 No. 1, 2025.

Mazhab Hanbali berpendapat bahwa kejelasan harga (*ṣaman*) merupakan syarat sah akad jual beli. Imam Ahmad bin Hanbal menegaskan bahwa jual beli tidak sah apabila harga tidak diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak saat akad berlangsung, karena mengandung unsur gharar yang dilarang dalam Islam. Ketidaktahuan pembeli terhadap harga juga menghilangkan unsur kerelaan (*tarāḍin*), sehingga akad dinilai cacat.⁴⁴

Secara terminologi fikih, para ulama memberikan definisi mengenai *ṣaman*, salah satu diantaranya dijelaskan oleh Wahbah az-Zuhaili menjelaskan bahwa *ṣaman* adalah sesuatu yang disetujui oleh semua pihak sebagai media pembayaran dalam proses jual beli, baik itu dalam bentuk uang maupun harta lainnya yang diperhitungkan dan dapat diakui oleh syari'at Islam. Konsep ini menunjukkan bahwa *ṣaman* tidak hanya terbatas pada uang dalam arti sempit seperti yang dikenal dalam sistem ekonomi pada saat ini, tetapi meliputi semua bentuk nilai tukar yang sah, memiliki nilai, dan juga dapat diterima dalam praktik muamalah. Dengan adanya kesepakatan dari penjual dan pembeli, suatu barang ataupun kekayaan yang bisa berfungsi sebagai *ṣaman* selama tidak bertentangan dengan ketentuan syari'at, seperti tidak mengandung unsur riba, gharar, atau barang yang diharamkan.⁴⁵

Pada konteks jual beli *ba'i muawwamah*, konsep *ṣaman* ini memiliki peranan yang sangat penting karena harga yang tidak ditentukan oleh informasi harga pokok barang, melainkan sepenuhnya melalui proses tawar-menawar dan kesepakatan antara penjual dan pembeli.⁴⁶ Oleh karena itu, dalam praktik *ba'i muawwamah*, penjual berkewajiban menyampaikan informasi harga secara transparan, sedangkan pembeli memiliki hak untuk mengetahui dan menyetujui harga tersebut secara sadar. Prinsip ini sejalan dengan tujuan fiqh muamalah

⁴⁴ Ibnu Qudamah, *Al-Mughni*, Juz IV (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, cet. revisi 2020), h. 174–175.

⁴⁵ Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuh*, cet. ke-4, Juz IV (Damaskus: Dār al-Fikr, 1989), hlm. 256–257

⁴⁶ Nurul Huda, dkk, "Konsep Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, Vol. 6, No. 2 (2014): 159–161.

yang menekankan kedilan, kejujuran, dan perlindungan terhadap para pihak yang bertransaksi, khususnya konsumen sebagai pihak yang rentan dirugikan apabila terjadi ketidakjelasan harga.

Dasar hukum *saman* terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadist yang menegaskan prinsip keadilan, kejujuran, serta larangan mengambil harta orang lain secara tidak sah. Berikut beberapa ayat Al-Qur'an dan hadist tentang *saman*, yaitu:

Qs. An-Nisa ayat 29:

تَرَاضٍ عَنِ تِجَارَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالُكُمْ تَأْكُلُوا لَا أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِنْكُمْ

Artinya: “Wahai Orang-Orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesama dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka diantara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S Al-Nisa’: 29).

Menurut Tafsir Al-Jalalayn, janganlah kalian mengambil harta sesama kalian dengan cara batil, seperti riba dan penipuan. Kecuali dengan jalan perdagangan yang dilakukan atas dasar kerelaan. Dan janganlah kalian membunuh diri kalian dengan melakukan hal-hal yang mengundang kebinasaan. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang, maka dia melarang hal-hal yang merugikan diri dari harta kalian.⁴⁷

Pada ayat ini menegaskan bahwa setiap aktivitas transaksi ekonomi harus dilakukan secara adil dan atas dasar kerelaan para pihak, serta dilarang mengambil harta orang lain dengan cara yang batil.

Qs. Al-Baqarah ayat 188:

⁴⁷ Nandang Ihwanudin, *Etika Bisnis Dalam Islam (Teori dan Aplikasi)*, (Jawa Barat: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022), hlm. 60.

أَمْوَالٍ مِّنْ فَرِيقًا لِّتَأْكُلُوا الْحَكَامَ إِلَىٰ بِهَآ وَتَذُلُّوْا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالُكُمْ تَأْكُلُوْا وَلَا تَعْلَمُوْنَ وَأَنْتُمْ بِالْإِثْمِ النَّاسِ ﴿١٨٨﴾

Artinya: “Janganlah kamu makan harta diantara 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”. (Al-Baqarah: 188)

Menurut Al-Qurtubi dalam tafsirnya menegaskan bahwa ayat ini menjadi landasan dalam muamalah untuk menjaga harta manusia dari praktik yang merusak keadilan sosial. Al-Qurtubi menjelaskan bahwa larangan memakan harta secara batil dan tidak terbatas pada pencurian atau perampasan secara paksa, tetapi juga mencakup transaksi ekonomi yang dilakukan dengan cara yang tidak jujur, termasuk menetapkan harga tanpa kejelasan sehingga pihak lain tidak mengetahui secara pasti nilai yang harus dibayarkan.⁴⁸

Kejelasan harga dalam transaksi jual beli harus diiringi dengan adanya kerelaan antara penjual dan pembeli. Kerelaan tersebut hanya dapat terwujud apabila informasi harga disampaikan secara terbuka dan diketahui oleh kedua belah pihak sejak awal transaksi. Dalam hal ini, Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ الْبَيْعِ إِنَّمَا: ﷺ اللَّهُ رَسُولُ قَالَ: قَالَ عَنْهُ اللَّهُ رَضِيَ الْخُدْرِيُّ سَعِيدِ أَبِي عَنْ (ماجه اب ن رواه) مِنْهُ نَفْسٍ بِطَيِّبٍ إِلَّا مُسْلِمٍ أَمْرِي مَالٍ يَحِلُّ وَلَا تَرَا ضٍ

Artinya: “Dari Abu Sa’id al-Khudri RA, Rasulullah SAW bersabda: Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan atas dasar saling Ridha, dan tidak halal harta seorang muslim kecusli dengan kerelaan hatinya.” (H.R. Ibnu Majah).

Hadis ini menegaskan bahwasanya pengambilan harta orang lain, termasuk melalui transaksi jual beli, tidak dibenarkan tanpa adanya persetujuan yang sadar. Namun ketika makanan dan minuman tidak diberitahukan secara

⁴⁸ Abu Abdillah Muhammad bin Ahmad al-Ansari Al-Qurtubi, *Al-Jami’ li Ahkam Al-Qur’an*, Juz II (Beirut: Dar al-kutub al ‘ilmiyyah, 2006), hlm. 351.

jells sejak awal, maka kerelaan konsumen menjadi cacat karena didasarkan pada ketidaktahuan.

Menurut Mahmud Effendi, hadis ini menjadi perlindungan konsumen dalam hukum Islam, karena mewajibkan pelaku usaha untuk bersikap transparan dalam menetapkan harga agar tidak terjadi pemamfaatan ketidaktahuan konsumen.⁴⁹

Rasulullah SAW menegaskan bahwa penetapan harga tidak boleh dilakukan secara zalim dan merugikan masyarakat, sebagaimana hadisnya :

اللَّهُ رَسُولِ عَهْدٍ عَلَى السَّعْرِ غَلَا: قَالَ عَنْهُ اللَّهُ رَضِيَ مَالِكُ بْنُ أَنَسٍ عَنْ
الْمُسَعَّرِ، هُوَ اللَّهُ إِنَّ: لَنَا، فَقَالَ سَعَرَ اللَّهُ، رَسُولَ يَا: فَقَالُوا وَسَلَّمْ، عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى
يَطْلُبُنِي مِنْكُمْ أَحَدٌ وَلَيْسَ اللَّهُ أَلْقَى أَنْ لَأَرْجُو إِيَّيَ الْبَاسِطُ، الرَّازِقُ، الْقَابِضُ،
(وال ترمذ دا أب و رواه) مَالٍ وَلَا دَمٍ فِي بِمَظْلَمَةٍ

Artinya : “Dari Anas bin Malik RA, ia berkata: Pada masa Rasulullah SAW harga-harga pernah naik. Maka para sahabat berkata: ‘Wahai Rasulullah, tetapkanlah harga untuk kami.’ Beliau bersabda: ‘Sesungguhnya Allah-lah yang menetapkan harga, yang menyempitkan rezeki, serta memberi rezeki. Dan aku berharap bertemu Allah dalam keadaan tidak ada seorangpun dari kalian yang menurutku karena suatu kezaliman, baik dalam urusan darah maupun harta.’”

Hadis ini menunjukkan bahwa Rasulullah SAW sangat berhati-hati dalam persoalan harga agar tidak menimbulkan kezaliman terhadap salah satu pihak. Penolakan Rasulullah SAW untuk menetapkan harga secara sepihak didasarkan pada kekhawatiran terjadinya ketidakadilan dalam harta.

Rasulullah SAW menjelaskan pentingnya prinsip kejelasan dan keterbukaan dalam transaksi ekonomi. Ketidakpastian harga (*saman*) dalam jual beli dinilai sebagai bentuk *gharar* yang dilarang karena dapat merugikan

⁴⁹ Mahmud Effendi, *Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam*, Cet. Ke-2 (Jakarta: Rajawali Pera, 2020), hlm. 115.

konsumen dan menghilangkan unsur kerelaan. Hal ini dijelaskan dalam hadis berikut :

بَيْعٌ عَنْ وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ رَسُولُ نَهَى: قَالَ عَنْهُ اللَّهُ رَضِيَ هُرَيْرَةُ أَبِي عَنْ
(مسلم رواه) الْغَرَرُ بَيْعُ الْحَصَاةِ، وَعَنْ

Artinya : “Dari Abu Hurairah RA, ia berkata: Rasulullah SAW melarang jual beli dengan cara melempar batu dan melarang jual beli yang mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan).” (H.R. Muslim).

Menurut Wahbah Az-Zuhaili, *gharar* mencakup segala bentuk ketidakjelasan yang dapat menimbulkan sengketa, termasuk ketidakjelasan harga yang baru diketahui setelah transaksi berlangsung. Dalam konteks jual beli makanan dan minuman, tidak dicantumkan harga sebelum akad dinilai sebagai praktik keadilan dan perlindungan konsumen dalam Islam.⁵⁰

Pada hadist ini menjelaskan bahwa kejelasan harga merupakan syarat penting dalam menjaga keadilan dan kerelaan dalam transaksi jual beli. Ketidakpastian harga menempatkan konsumen pada posisi yang dirugikan karena tidak memperoleh informasi yang cukup sebelum akad berlangsung. Oleh karena itu, pencantuman harga secara jelas sebelum transaksi merupakan bentuk perlindungan konsumen yang sejalan dengan konsep *saman* dalam fiqh muamalah.

Prinsip keadilan juga ditegaskan Rasulullah SAW melalui larangan membuat zalim, sebagaimana hadisnya :

تَظَالَمُوا فَلَا مُحَرَّمًا، بَيْنَكُمْ عَلْتُهُ وَجَ نَفْسِي، عَلَى الظُّلْمِ حَرَّمْتُ إِنِّي عَبْدِي، يَا
(مسلم رواه)

Artinya : “Wahai hamba-hambaku, sesungguhnya aku telah mengharamkan atas diri-ku dan aku jadikan kezaliman itu haram di antara kalian, maka janganlah kalian saling menzalimi,”

Menurut Al-Qurtubi, kezaliman dalam muamalah mencakup segala bentuk pengambilan hak orang lain tanpa kerelaan atau harga yang sah,

⁵⁰ Wahbah az-zuhaili, *Al-Fiqh al-islami wa adillatuh*, Jilid IV, Cet. Ke-10 (Damaskus: Dar al-Fikr, 2019), hlm. 286.

termasuk melalui transaksi yang tidak transparan atau harga yang tidak diberitahukan secara jelas. Praktik semacam ini bertengan dengan tujuan syariat (*Maqasid syari'ah*) yang menekankan perlindungan harta (*hifz mal*).⁵¹

Selain itu, Rasulullah SAW juga memberikan peringatan keras terhadap praktik ekonomi yang merugikan konsumen, dalam ini Rasulullah SAW bersabda:

وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ رَسُولُ قَالَ: قَالَ عَنْهُمَا اللَّهُ رَضِيَ عُمَرُ بْنُ اللَّهِ عَبْدُ عَنْ
(ال ترمذي رواه) مَكَّةَ أَهْلٍ وَزُنْ وَالْوَزْنُ الْمَدِينَةِ، أَهْلُ كَيْلُ الْكَيْلِ

Artinya : “Dari abdullah bin Umar RA, Rasulullah SAW bersabda : Takaran adalah takaran penduduk madinah dan timbangan adalah timbangan penduduk mekah.”

Menurut Imam Al-Khattabi, Hadis ini menegaskan kewajiban menggunakan standar yang jelas dan diketahui secara umum dalam transaksi. Meskipun hadis ini berbicara tentang takaran dan timbangan, para ulama memperluas maknanya pada seluruh bentuk standar transaksi, termasuk penetapan harga. Harga yang tidak memiliki standar atau tidak diumumkan secara jelas membuka peluang ketidakadilan dan perselisihan.⁵²

Hadis ini menunjukkan bahwa Rasulullah SAW menekankan pentingnya adanya ukuran dan standar yang jelas dalam setiap transaksi. Penyebutan takaran dan timbangan dalam hadis tersebut mengandung makna bahwa transaksi tidak boleh dilakukan secara samara tau ukuran yang tidak pasti.

B. Syarat-syarat *Ṣaman* pada Akad *Bai' Musawwamah*

Syarat-syarat yang ditetapkan para ulama terkait *ṣaman* (harga) dalam akad *bai' musawwamah* menjadi ketentuan penting untuk memastikan transaksi jual beli yang disepakati dan dilakukan para pihak memiliki keabsahan,

⁵¹ Al-Qurtubi, *Al-Jami'li Ahkam Al-Quran*, Juz III, (Beirut: Mu'assah Al-Risalah, 2020), hlm 87

⁵² Al-Kattabi, *Ma'allim As-Sunan*, Juz III, (Beirut: Dar al-Ma'rifah), 2021, hlm. 211.

sehingga akad *bai' musawwamah* yang dilakukan tersebut memenuhi aspek *tasarruf fi isti'mal al-mal* dalam fiqh.⁵³ *Bai' musawwamah* sebagai bentuk spesifik dari akad jual beli yang memberi peluang negosiasi maka pihak penjual wajib memberi peluang bagi pembeli untuk menegosiasikan harga jual tanpa mengungkapkan harga pokok dari objek yang diperjualbelikan. Secara umum berikut ini penulis paparkan syarat dari penetapan *saman* sebagai bagian dari objek transaksi yaitu sebagai berikut:

Pertama, *saman* harus diketahui dan ditentukan secara jelas (*ma'lūm*). Para ulama sepakat bahwa kejelasan harga merupakan syarat sah jual beli, karena ketidakjelasan harga dapat menimbulkan unsur *jahalah* yang dilarang dalam muamalah.⁵⁴ Penetapan harga yang jelas juga mencerminkan prinsip keadilan, dimana masing-masing pihak memahami hak dan kewajiban secara profesional. *bai' musawwamah* tetap sah selama harga telah disepakati secara transparan, meskipun tanpa pengungkapan biaya dan keuntungan penjual.

Kedua, pada *saman* harus memiliki nilai dan diakui sebagai alat tukar yang sah. *saman* dalam *bai' musawwamah* pada umumnya dalam bentuk uang, baik tunai maupun non-tunai, selama memiliki nilai ekonomis dan dapat digunakan sebagai alat pembayaran yang sah menurut hukum dan syariat. Ulama kontemporer pada umumnya membolehkan penggunaan mata uang modern sebagai *saman*, karena mata uang tersebut telah memenuhi fungsi utama uang, yaitu sebagai alat tukar dan ukuran nilai dalam bertransaksi.⁵⁵ Apabila *saman* berbentuk selain uang maka harus berupa sesuatu yang bernilai, dapat diserahkan, dan tidak dilarang oleh syariat. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa transaksi tidak mengandung unsur *gharar* maupun penipian yang dapat merugikan salah satu pihak.

⁵³ Nuzulliah Rahmah, Asmuni, "Harta Benda (Al-Māl) dalam Fiqh Muamalah," *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, hlm 3.

⁵⁴ Wahbah al-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islami wa Adillatuh*, jilid IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 2018), hlm. 248-249

⁵⁵ Oni Sahroni dan Adiwarman A. Karim, *Maslahah dan Inovasi Produk Keuangan Syari'ah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2019), hlm. 112.

Ketiga, *saman* tidak boleh mengandung unsur riba. Dalam akad *bai' musawwamah* ini, harga yang disepakati harus terbatas dari praktik riba, baik riba *fadh*l maupun riba *nasi'ah*. Penentuan harga yang disertai tambahan secara berlebihan, khususnya akibat penangguhan pembayaran tanpa alasan yang dibenarkan oleh syari'at, termasuk perbuatan yang dilarang dalam Islam. Oleh karena itu, *saman* harus didasarkan pada kesepakatan wajar dan tidak menzalimi salah satu pihak.⁵⁶ Larangan riba dalam penetapan harga bertujuan menjaga keseimbangan dan keadilan dalam transaksi yang adil dalam Islam, sehingga *bai' musawwamah* dapat menjadi sarana penukaran yang halal dan membawa kemaslahatan bagi para pihak.

Keempat, *saman* harus disepakati atas dasar kerelaan para pihak (*tarāḍin*). Prinsip kerelaan ini merupakan asas fundamental dalam setiap akad muamalah. Harga yang ditentukan dalam *bai' musawwamah* harus lahir dari kesepakatan bebas tanpa adanya paksaan, tekanan, dan penipuan. Prinsip ini sejalan dengan ketentuan syari'ah yang melarang pengambilan harta orang lain secara bathil.⁵⁷ Dengan adanya prinsip kerelaan, akad *bai' musawwamah* mencerminkan hubungan hukum yang adil dan saling menguntungkan, sehingga tujuan syariat (*maqāṣid al-syarī'ah*) dalam menjaga harta (*hifẓ al-māl*) dapat terwujud.

Terpenuhinya syarat-syarat *saman* dalam fiqh muamalah, diharapkan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi jual beli makanan dan minuman dapat berjalan secara adil dan seimbang.

Menurut Taqi Usmani, kejelasan *saman* merupakan syarat utama dalam akad jual beli yang tidak dapat ditawar, karena harga adalah informasi pokok yang menentukan ada atau tidak adanya kerelaan antara penjual dan pembeli. Ketidakjelasan harga berpotensi menimbulkan unsur gharar yang dilarang dalam

⁵⁶ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syari'ah* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2020), hlm. 87.

⁵⁷ Safwan dan Benazir, "Konsep Kerelaan dalam Akad Jual Beli Perspektif Hukum Islam," *Jurnal Tsaqafah*, Vol. 18, 2 (2022), hlm. 201.

Islam, sehingga akad yang dilakukan menjadi cacat secara hukum. Praktik jual beli yang tidak transparan dalam penetapan harga tidak hanya merugikan individu yang terlibat, tetapi juga dapat merusak tatanan pasar secara keseluruhan karena hilangnya kepercayaan (*trust*) antara para pelaku ekonomi. Kondisi ini pada akhirnya berpotensi menimbulkan ketidakadilan dalam praktik muamalah.⁵⁸

C. Standarisasi Nilai *Ṣaman* pada Akad *Bai' Musawwamah*

Nilai *saman* dalam akad *bai' musawwamah* ditetapkan berdasarkan pertimbangan tertentu yang secara ekonomi membentuk harga jual suatu barang atau jasa. Meskipun dalam akad ini penjual tidak mewajibkan mengungkapkan rincian harga pokok maupun besaran keuntungan, kejelasan harga akhir tetap menjadi syarat utama sahnyanya akad. Namun, harga yang disepakati dalam akad ini disebut sebagai *saman* yaitu nilai yang wajib dibayarkan oleh pembeli sebagai kompensasi atas barang yang diperjualbelikan. pemahaman terhadap komponen harga menjadi sangat penting sebagai dasar penetapan *saman* yang jelas dan terhindar dari unsur *gharar*.

Penetapan harga tidak didasarkan pada keterbukaan harga pokok barang, melainkan sepenuhnya diserahkan kepada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Berkaitan dengan nilai dan harga dalam *bai' musawwamah*, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Harga (*ṣaman*) sebagai unsur pokok akad

Keberadaan harga yang jelas, pasti, dan disepakati oleh para pihak merupakan syarat fundamental guna menghindari unsur *gharar* yang dilarang dalam Islam. Dalam *bai' musawwamah* penjual tidak dibebani kewajiban untuk mengungkapkan harga pokok barang maupun besaran keuntungan yang diperolehnya kepada pembeli. Secara signifikan nilai *saman* terbentuk

⁵⁸ Muhammad Taqi Usmani, *An Introduction to Islamic Finance*, (Karachi: Maktaba Ma'ariful Qur'an, 2021), hlm. 112-114.

dari berbagai komponen ekonomi yang memengaruhi penetapan harga akhir, sehingga keberadaan harga yang disepakati menjadi dasar terciptanya kepastian hukum dan keadilan dalam akad *bai' musawwamah*.⁵⁹

Šaman dalam akad *bai' musawwamah* memiliki peranan yang pokok karena menjadi salah satu unsur penentu sah atau tidaknya jual beli tersebut. Walaupun akad ini tidak mewajibkan penjual untuk mengungkapkan harga pokok, harga yang disepakati harus jelas, pasti, dan diketahui oleh kedua belah pihak.

2. Harga pokok produksi atau harga pokok penjualan (HPP)

Harga pokok produksi atau harga pokok penjualan (HPP) merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam rangka menghasilkan atau memperoleh barang yang diperjualbelikan. HPP mencakup berbagai komponen biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, biaya kerja *overhead* yang meliputi sewa tempat usaha, biaya listrik dan air, penyusutan peralatan, dan menggunakan bahan penolong, serta memperhitungkan nilai persediaan awal dan persediaan akhir barang dagangan.⁶⁰ Pada akad *bai' musawwamah*, penjual tidak diwajibkan untuk mengungkapkan besaran HPP kepada pembeli, namun HPP tetap berperan sebagai dasar rasional dalam penetapan harga jual guna memastikan adanya keuntungan yang wajar dan tidak bertentangan dengan prinsip keadilan dalam transaksi.

3. Biaya operasional non-produksi

Pada pelaksanaan kegiatan usaha, penjual tidak hanya memperhitungkan HPP yang menjadikan komponen biaya yang harus

⁵⁹ Ahmad Hasan Ridwan, *Fiqh Muamalah Kontemporer: Teori dan Praktik*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2021, hlm. 87–89.

⁶⁰ Siti Nurhayati & Wasilah Abdullah, *Akuntansi Syari'ah di Indonesia*, Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat, 2022, hlm. 112–115.

diperhitungkan oleh penjual, melainkan juga beragam biaya non-produksi secara fungsi tidak berkaitan usaha dapat berjalan secara berkesinambungan. Biaya operasional non-produksi ini mencakup pengeluaran untuk pemasaran, distribusi, serta administrasi umum dan manajerial, yang menjadi bagian dari keseluruhan struktur biaya perusahaan di luar biaya produksi pokok. Berdasarkan hasil sejumlah penelitian, biaya-biaya tersebut merupakan bagian dari beban usaha yang perlu ditutup melalui penetapan harga jual barang atau jasa, sehingga keberadaannya secara tidak langsung memengaruhi kebijakan penetapan *saman* oleh pelaku usaha guna menjaga keseimbangan antara struktur biaya, tingkat keuntungan, dan daya saing pasar.⁶¹

4. Keuntungan (*Ribh*)

Keuntungan (*ribh*) dalam fiqh muamalah merupakan selisih antara harga jual dan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh penjual pada transaksi pada suatu transaksi jual beli. Dalam perspektif hukum Islam, pengambilan keuntungan tidak hanya dibolehkan, tetapi dipandang sebagai bagian yang wajar dalam aktivitas ekonomi, selama dilakukan secara adil, tidak berlebihan, dan tidak memanfaatkan ketidaktahuan pembeli. Prinsip syari'ah menekankan bahwa keuntungan yang diambil dalam jual beli harus mencerminkan keseimbangan antara manfaat yang diperoleh dari hak konsumen, serta tidak mengandung unsur riba atau praktik yang dilarang seperti penipuan maupun eksploitasi harga. Oleh karena itu, profit yang proporsional dalam suatu akad jual beli menjadi acuan bahwa transaksi telah memenuhi prinsip keadilan dan keseimbangan dalam hubungan hukum antara penjual dan pembeli.⁶²

⁶¹ Kemuning, Linggar Sekar, Teguh Budi Raharjo, dan Aminul Fajri. 2024. "Production, Promotion, and Operational Costs and Their Effects on Profitability: Indonesian Food and Beverage Sector Analysis." Atestasi: *Jurnal Ilmiah akuntansi* 8, No. 2 (2024)

⁶² Anis Padang Lawas, "Jual Beli dalam Islam" *Journal Analisis Niaga dan Ilmu sosial* 1, No. 2 (2025)

5. Pajak dan biaya tambahan

Selain harga pokok barang, dalam praktik jual beli kontemporer sering sekali terdapat pajak dan biaya tambahan seperti Pajak Pertambahan Nilai (PPN), biaya pengiriman, atau biaya administrasi tertentu. Dalam fiqh muamalah, seluruh biaya tersebut diperbolehkan menjadi bagian dari *saman* selama jumlah dan jenisnya dijelaskan secara transparan serta disepakati oleh para pihak pada saat akad berlangsung. Kejelasan harga akhir ini merupakan syarat untuk menghindari unsur *gharar* dan menjamin terpenuhinya prinsip *tarāḍin* dalam transaksi, sehingga akad jual beli tetap sah dan sesuai dengan prinsip keadilan dalam Islam.⁶³

Standarisasi nilai *saman* dalam akad *bai' musawwamah* merupakan ketentuan penting untuk menjamin keabsahan akad dan mencegah terjadinya *gharar*. Meskipun harga ditentukan melalui kesepakatan, namun *saman* tetap harus berada dalam batas kewajaran yang diakui secara umum. Standarisasi nilai ini bertujuan menjaga prinsip keadilan, kepastian, dan kerelaan para pihak sebagaimana ditekankan dalam fiqh muamalah, sehingga transaksi tidak merugikan salah satu pihak dan sejalan dengan tujuan syariat Islam.

Menurut ulama Hanafiyah dan Malikiyah membolehkan standarisasi atau *tas'ir* (penetapan harga) yang ditetapkan oleh pemerintah, sepanjang kebijakan tersebut ditujukan untuk *maslahah 'ammah*. Kebolehan ini terutama berlaku dalam kondisi tertentu, seperti terjadinya kelangkaan barang, praktik penimbunan, atau mekanisme pasar yang tidak berjalan secara wajar sehingga menyebabkan lonjakan harga yang merugikan masyarakat. Dalam pandangan kedua mazhab tersebut, intervensi pemerintah dalam penetapan harga dipandang sebagai bentuk tanggung jawab negara untuk melindungi kepentingan masyarakat luas dan mencegah terjadinya ketidakadilan dalam aktivitas ekonomi. Meskipun demikian, pelaksanaan

⁶³ Nurul Hidayah Tumadi, *Teori Dasar Fiqh Muamalah: Hukum-Hukum Kontrak dalam Islam*, Cet. Ke-1 (Yogyakarta: Deepublish, 2023), hlm. 115-117.

ta'sir tidak boleh dilakukan secara sewenang-wenang, melainkan harus memenuhi sejumlah syarat, antara lain harga yang ditetapkan secara adil dan proposional, dilaksanakan secara transparan, karena tujuan akhirnya adalah meminimalkan *mafsadah* dan memaksimalkan *maslahah* dalam aktivitas ekonomi masyarakat.⁶⁴

D. Ketentuan Mekanisme Pasar pada Penetapan Harga Jual Beli

Pada dasarnya Islam memberikan kebebasan pada pelaku pasar untuk menentukan harga barang dan jasa melalui mekanisme pasar. Kebebasan ini didasarkan pada adanya kerelaan (*tarāḍin*), antara penjual dan pembeli, sebagaimana ditegaskan dalam QS. An-Nisa ayat 29. Oleh karena itu, penetapan harga jual beli diserahkan kepada kesepakatan para pihak selama tidak mengandung unsur kezaliman, penipuan, gharar, maupun riba.

Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa kenaikan harga tidak selalu disebabkan oleh perbuatan zalim para pedagang, melainkan bisa terjadi karena faktor alamiah seperti menurunnya jumlah pasokan atau meningkatnya permintaan. Dalam keadaan demikian, penetapan harga secara paksa justru berpotensi menimbulkan ketidakadilan yang baru. Akan tetapi, apabila kenaikan harga disebabkan oleh adanya manipulasi pasar atau monopoli, maka penetapan harga yang adil oleh pemerintah dibenarkan dalam rangka menegakkan kemaslahatan umum.⁶⁵

Mekanisme pasar dipahami sebagai interaksi antara kekuatan permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) dari produsen. Konsumen akan menentukan tingkat pembelian berdasarkan kebutuhan, profesi, dan kemampuan daya beli, sementara produsen menetapkan jumlah barang yang ditawarkan dengan memperimbangkan biaya produksi serta keuntungan yang diharapkan. Dalam

⁶⁴ Abdul Manan Ismail, *Maslahah dalam Penetapan Harga Barang*, *Journal Of Fatwa Management and Research*, Vol. 5 No 1 2026.

⁶⁵ Euis Amalia, "Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syari'ah*, Vol. 2 No. 1 (2010), hlm. 29.

kondisi pasar yang berjalan, harga akan bergerak secara dinamis mengikuti perubahan pola permintaan dan penawaran tersebut. Ketika terjadi peningkatan minat beli dari konsumen atau perubahan kondisi produksi dari pelaku usaha, harga akan menyesuaikan secara bertahap hingga mencapai tingkat yang dapat diterima oleh kedua belah pihak.⁶⁶

Mekanisme pasar dalam ekonomi Islam bukan sekadar cara harga terbentuk secara otomatis, tetapi merupakan cara agar harga muncul dari pertemuan yang wajar antara kehendak penjual dan kebutuhan pembeli. Karena itu, harga jual beli pada dasarnya tidak lahir dari kehendak sepihak, melainkan dari interaksi permintaan dan penawaran yang berjalan secara terbuka. Ketika permintaan meningkat dan penawaran terbatas, harga cenderung naik, sedangkan ketika penawaran melimpah dan permintaan menurun, harga akan turun hingga mencapai titik keseimbangan. Oleh karena itu, harga yang terbentuk melalui mekanisme pasar dipandang lebih adil dan menjadi tolak ukur dalam menilai kewajaran suatu transaksi sesuai dengan prinsip syari'ah.⁶⁷

Harga yang mengikuti mekanisme pasar dianggap lebih dekat kepada rasa saling rela, kejelasan, dan keadilan, karena penjual tidak menetapkan harga sesuka hati dan pembeli pun memiliki kesempatan menilai, membandingkan, lalu memutuskan sendiri. Dalam kajian fikih muamalah, penetapan harga dibicarakan sebagai bagian penting dari akad jual beli, karena harga atau *saman* harus jelas, dapat diketahui, dan tidak menimbulkan penyesatan bagi pihak lain. Dari sudut pandang ini, mengikuti mekanisme pasar bukan berarti menyerahkan semuanya pada untung rugi semata, tetapi justru menjaga agar transaksi tetap berada dalam koridor keadilan yang menjadi ruh dari jual beli dalam Islam.⁶⁸

⁶⁶ R. Hidayat, "Mekanisme Pasar dalam Pembentukan Harga," *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 5 No. 2, 2021.

⁶⁷ Della Adelia dkk, "Mekanisme Pasar untuk Mencapai Keseimbangan Pasar Dalam Sistem Ekonomi Islam", Etnik: *Jurnal Ekonomi - Teknik*, Vol. 2 Issue No 1 2023

⁶⁸ Jamaluddin dkk, "Penetapan Harga dalam Jual Beli Perspektif Fikih Muamalah (Studi Komparasi Mazhab Maliki dan Mazhab Syafii)", *Al-khiyar: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam*, Vol. 3(1), 2023

Relasi antara mekanisme pasar dan penetapan harga juga terlihat dari kenyataan bahwa harga yang sehat biasanya lahir ketika para pelaku usaha menetapkan harga dengan memperhitungkan biaya, kondisi persaingan, kualitas barang, dan daya beli konsumen. Penetapan harga semacam ini akan lebih mudah diterima masyarakat karena masih berada dalam rentang kewajaran pasar. Sebaliknya, ketika harga dibuat tanpa dasar yang jelas, dinaikkan secara mendadak, atau dibedakan tanpa informasi yang jujur, maka harga tidak lagi mencerminkan mekanisme pasar yang sehat. Pada titik ini, yang muncul bukan lagi harga pasar, melainkan harga yang dipaksakan oleh kekuatan tertentu, dan itu bertentangan dengan semangat keadilan dalam ekonomi syari'ah.⁶⁹

Dalam literatur ekonomi Islam, pasar tetap dihargai sebagai tempat yang efektif untuk mengatur distribusi barang dan membentuk harga, tetapi pasar tidak boleh dibiarkan menjadi ruang yang merugikan pihak lemah. Ulama dan peneliti membedakan antara harga yang lahir secara alamiah dari interaksi pasar dan harga yang muncul karena distorsi, seperti penimbunan, manipulasi informasi, atau penguasaan pasar oleh pihak tertentu. Pada keadaan pasar yang normal, pemerintah tidak semestinya memaksa harga, tetapi ketika terjadi penyimpangan yang membuat harga jauh dari kewajaran, intervensi justru dibolehkan untuk mengembalikan kemaslahatan umum. Pandangan ini sejalan dengan pembahasan *tas'ir* dalam artikel terbaru yang menegaskan bahwa pengaturan harga bisa dibenarkan ketika pasar tidak lagi berjalan secara adil.⁷⁰

Namun demikian, Islam tidak membiarkan mekanisme pasar berjalan tanpa pengawasan. Dalam kondisi tertentu, terutama ketika terjadi penyimpangan pasar seperti penimbunan barang yang membuat kelangkaan buatan, negara memiliki legitimasi untuk campur tangan dalam penetapan harga.

⁶⁹ Fitra Analia dkk, "Mekanisme Penetapan Harga Yang Adil Dalam Ekonomi Syari'ah", *Journal of Economic, Public, and Accounting (JEPA)*, Vol. 5 No. 2 April 2023

⁷⁰ Dy. Siti Jumiati & Sisi Amalia, "penetapan Harga Oleh Pemerintah Dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam", *Prosiding Seminar Nasional Program Studi Ekonomi Islam*, Vol. 1, 2023

Intervensi tersebut dimaksudkan sebagai penyesuaian agar harga kembali mencerminkan kondisi pasar yang wajar dan tidak merugikan kepentingan masyarakat luas.⁷¹

E. Asas-asas pada Penetapan Harga dalam Mekanisme Pasar

Penetapan harga dalam mekanisme pasar memiliki kedudukan penting dalam fiqh muamalah karena *ṣaman* menjadi salah satu unsur pokok dalam akad jual beli yang menentukan sah atau tidaknya suatu transaksi. Harga berfungsi sebagai alat tukar atas objek jual beli (*mabi'*) dan menjadi dasar timbulnya hak serta kewajiban antara penjual dan pembeli. Penetapan harga tidak hanya dipandang sebagai persoalan ekonomi, tetapi juga sebagai persoalan hukum dan akhlak yang harus dilandasi keadilan, kejujuran, serta kerelaan kedua belah pihak. Harga yang tidak diketahui secara jelas atau tidak disampaikan sebelum akad berlangsung dapat menimbulkan unsur gharar dan membuka peluang terjadinya kezaliman terhadap salah satu pihak, khususnya konsumen. Oleh karena itu, agar transaksi jual beli dapat berjalan sesuai dengan prinsip syari'at dan mencerminkan keadilan dalam mekanisme pasar, penetapan harga harus berpedoman pada asas-asas tertentu, sebagai berikut:

1. Asas Permintaan dan Penawaran (*Supply and Demand*)

Asas ini merupakan asas utama dalam mekanisme pasar yang menjelaskan bahwa harga suatu barang atau jasa naik secara alami melalui interaksi antara jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen. Ketika permintaan terhadap suatu barang atau jasa meningkat sementara penawaran tetap, maka harga cenderung naik. Sebaliknya, jika penawaran melebihi permintaan, harga akan turun.⁷² Pertemuan antara permintaan dan penawaran dapat melahirkan harga keseimbangan pasar, yaitu harga yang mencerminkan

⁷¹ Siti Zulaikha, "Mekanisme Pasar dan Intervensi Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, Vol. 6 No. 1, 2022, hlm. 54.

⁷² Sadono Sukirno, *Microekonomi: Teori Pengantar, Edisi Ketiga* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 84

kondisi pasar yang wajar karena terbentuk secara alamiah tanpa penetapan sepihak oleh pelaku usaha, sehingga mencerminkan produktivitas yang tinggi dan keadilan dalam transaksi.

2. Asas Kerelaan (*tarāḍin*)

Asas ini menegaskan bahwa setiap transaksi jual beli, termasuk juga penetapan harga, harus dilakukan atas dasar kesepakatan dan kerelaan antara penjual dan pembeli tanpa adanya paksaan, tekanan, manipulasi. Kerelaan hanya dapat terwujud apabila kedua belah pihak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai objek transaksi, termasuk harga yang harus dibayarkan.⁷³

Tarāḍin menuntut agar harga diketahui dan disepakati sebelum akad berlangsung. Apabila harga disembunyikan atau baru diberitahukan setelah barang atau jasa dikonsumsi, maka kerelaan konsumen menjadi cacat karena didasarkan ketidaktahuan.

3. Asas Keadilan (*Al-‘Adl*)

Asas keadilan (*al-‘adl*) merupakan prinsip fundamental dalam penetapan harga menurut fiqh muamalah. Keadilan dalam penentuan harga menghendaki agar harga tidak ditetapkan secara sewenang-wenang, tidak bersifat eksploitatif, atau memberatkan salah satu pihak dalam transaksi. Sehingga harga yang ditetapkan harus sebanding dengan nilai barang atau jasa yang diperoleh konsumen. Penjual diwajibkan menetapkan harga berdasarkan nilai manfaat dan kondisi pasar yang wajar, sementara pembeli diberikan hak untuk memperoleh harga yang rasional dan dapat dipertanggungjawabkan. Asas keadilan berfungsi menjaga keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi jual beli.⁷⁴

Islam menegaskan larangan segala bentuk kezaliman dalam transaksi, sebagaimana tercermin dalam perintah untuk menegakkan keadilan dan

⁷³ Sayyid Sabiq, *Fiqh as-Sunnah*, Jilid III (Jakarta: Cakrawala Publishing, 2015), hlm. 147-148.

⁷⁴ Siti Nurhayati, “Prinsip Keadilan dalam Penetapan Harga Perspektif Fiqh Muamalah,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syari’ah*, Vol. 4, No. 2 (2022), hlm. 97-100.

melarang perbuatan aniaya. Penetapan harga yang adil menjadi sarana untuk menjaga stabilitas pasar menciptakan kepercayaan antara para pelaku ekonomi.⁷⁵

4. Asas Transparansi dan Keterbukaan Informasi

Penjual wajib menyampaikan informasi harga secara terbuka, baik melalui daftar harga, menu, maupun pemberitahuan secara langsung. Transparansi harga mencegah praktik penipuan(*tadlīs*) dan melindungi konsumen dari ketidakpastian serta sengketa setelah transaksi. Dalam hukum perlindungan konsumen di Indonesia, asas keterbukaan informasi secara normatif yang jelas dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, khususnya Pasal 4 huruf c, yang menegaskan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa.⁷⁶

Asas ini menempatkan informasi sebagai instrument utama dalam mencegah timbulnya kerugian konsumen akibat praktik usaha yang tidak adil, termasuk penetapan harga yang dilakukan tanpa transparansi. Dengan adanya keterbukaan informasi, konsumen memiliki dasar yang cukup untuk menilai kewajaran harga serta mempertimbangkan mamfaat dan resiko sebelum melakukan transaksi.

5. Asas Keseimbangan Kepentingan (*Maslahah*)

Asas keseimbangan kepentingan menuntut agar penetapan harga tidak hanya menguntungkan para pelaku usaha, tetapi juga harus melindungi kepentingan konsumen dan mayarakat secara luas. Dalam fiqh muamalah, keseimbangan ini dinyatakan melalui konsep *maslahah* yang menekankan kepentingan masyarakat banyak (*maslahah 'āmmah*) sebagai tujuan syariat

⁷⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 153.

⁷⁶ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2022), hlm. 78.

(*maqāṣid al-syarī'ah*), yakni upaya untuk memaksimalkan manfaat dan mengurangi kemudharatan dalam transaksi ekonomi.⁷⁷

Konsep ini menegaskan bahwa penetapan harga tidak hanya berorientasi pada keuntungan pelaku usaha, tetapi juga harus memperhatikan perlindungan konsumen dan kepentingan masyarakat secara umum. Asas keseimbangan tidak hanya menekankan landasan dasar moral dan hukum dalam penetapan harga, tetapi sekaligus menjadi landasan normatif bagi kebijakan publik yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat luas.

6. Asas Kejujuran

Asas kejujuran mengandung makna bahwa setiap pelaku usaha dalam menetapkan harga wajib secara transparan, tidak menyesatkan, dan tidak melakukan manipulasi yang dapat merugikan konsumen. Kejujuran ini tercermin dalam penyampaian informasi yang benar dan jelas mengenai kondisi barang atau jasa, termasuk kualitas, kuantitas, serta faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan harga, sehingga konsumen dapat membuat keputusan secara rasional dan tidak berada dalam posisi yang merugikan.⁷⁸

Prinsip iktikad baik dalam hukum perjanjian memiliki hubungan yang erat dengan tuntutan untuk bertindak secara jujur dan wajar dalam setiap hubungan hukum. Prinsip ini mengharuskan setiap pihak menjalankan hak dan kewajibannya tanpa adanya niat untuk merugikan pihak lain. Dalam konteks penetapan harga, hal tersebut berarti pelaku usaha tidak diperkenankan menggunakan cara-cara yang menyesatkan, seperti memberikan informasi yang tidak enar, menciptakan diskon semu, ataupun menaikkan harga secara tidak porposional dalam kondisi tertentu demi memperoleh keuntungan sepihak. Tindakan demikian tidak hanya bertentangan dengan etika bisnis, tetapi juga

⁷⁷ Euis Amalia, "Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga Adil dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syari'ah*, Vol 5, No.1 (2025), hlm. 12.

⁷⁸ Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2021), hlm. 47.

berpotensi melanggar ketentuan hukum serta mengganggu keseimbangan dalam mekanisme pasar.⁷⁹

7. Asas persaingan

Asas persaingan memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan harga melalui interaksi antar pelaku usaha. Adanya persaingan mendorong produsen untuk menetapkan harga secara bersaing guna mempertahankan serta meningkatkan bagian pasar mereka. Harga tidak ditetapkan secara sepihak, melainkan terbentuk dari proses interaksi antara permintaan dan penawaran di pasar. Pada kondisi pasar sempurna tidak ada satupun pelaku usaha yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi harga karena banyaknya jumlah penjual dan pembeli, sehingga harga yang tercipta mencerminkan keseimbangan yang efisien dan berkeadilan.⁸⁰ Namun, dalam struktur pasar yang tidak sempurna seperti monopoli dan oligopoli, rendahnya tingkat persaingan memberikan peluang bagi pelaku usaha tertentu untuk mengendalikan harga, yang pada akhirnya dapat menimbulkan distorsi dalam mekanisme pasar.

8. Asas biaya produksi

Asas biaya produksi merupakan salah satu dasar dalam penetapan harga barang dan jasa. Asas ini menekankan bahwa harga jual suatu produk harus ditentukan berdasarkan keseluruhan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, yang meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya *overhead*. Harga yang ditetapkan tidak hanya mencerminkan nilai ekonomis dari suatu produk, tetapi juga menjamin bahwa produsen mampu menutup seluruh biaya

⁷⁹ Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2022), hlm. 133.

⁸⁰ Cindy anggreni, "Analisis Harga Adil Pada Pasar Sempurna," *Journal of Sharia Economics*, Vol. 4, No. 2 (2024), hlm. 115.

yang telah dikeluarkan. Pendekatan ini memberikan landasan yang adil dalam menentukan harga, terutama dalam jangka panjang.⁸¹

Penerapan asas biaya produksi juga memiliki peranan penting dalam menciptakan efisiensi serta keseimbangan dalam kegiatan ekonomi. Dalam praktiknya, metode yang umum digunakan adalah *cost plus pricing*, yaitu penetapan harga dengan menambahkan margin keuntungan tertentu di atas total biaya produksi. Meskipun mekanisme pasar pada dasarnya dipengaruhi oleh faktor permintaan dan penawaran, biaya produksi tetap menjadi batas minimum yang harus diperhatikan agar tidak menimbulkan kerugian bagi produsen.

9. Asas Anti Penimbunan (Ihtikār)

Asas ini menegaskan bahwa pelaku pasar dilarang menahan atau menyimpan barang untuk menciptakan kelangkaan yang tidak sebenarnya, yang dapat menyebabkan harga naik secara tidak wajar. Tindakan penimbunan dianggap sebagai suatu bentuk ketidakadilan karena merugikan konsumen dan mengganggu keseimbangan pasar yang sehat. Oleh karena itu, sistem pasar yang ideal tidak hanya bergantung pada kekuatan penawaran dan permintaan, tetapi juga harus menghargai nilai moral, kejujuran, dan keadilan dalam distribusi barang. Dalam hal ini, pemerintah memiliki tanggung jawab untuk memantau dan melakukan intervensi jika terjadi distorsi pasar akibat penimbunan, monopoli, atau manipulasi harga.

⁸¹ Michelle Gracella dan Sufiyati, “Metode Penetapan Harga Jual Berdasarkan Biaya Produksi dalam Bisnis Minuman Soda FizzyFun,” *Jurnal Serina Abdimas*, Vol. 2, No. 1 (2024).

BAB TIGA

KEPASTIAN HUKUM PADA HARGA PENJUALAN MAKANAN DAN MINUMAN UNTUK PERLINDUNGAN KONSUMEN MENURUT KONSEP *ŠAMAN*

A. Monografi Kawasan Wisata Pantai Lampuuk dan Aktivitas Perdagangan Produk Makanan dan Minuman

Pantai objek wisata Lampuuk yang terletak di Kecamatan Lhoknga, Kabupaten Aceh Besar, Provinsi Aceh dikenal sebagai salah satu Kawasan eko wisata unggulan yang mengandalkan pantai dengan pasir eksotis dan gelombang laut yang sangat layak untuk *surfing*, yang popularitasnya hingga kini masih memiliki peranan penting dalam mendukung perkembangan sektor pariwisata dan perekonomian masyarakat lokal Aceh Besar khususnya. Pantai ini memiliki tingkat aksesibilitas yang tinggi bagi Masyarakat, karena memiliki jalan yang sangat bagus dan lebar. Kondisi ini menjadikan Pantai Lampuuk sebagai salah satu tujuan utama wisatawan, baik dari dalam daerah maupun luar daerah yang mendorong perkembangan aktivitas ekonomi masyarakat setempat. Kondisi tersebut menjadikan Pantai Lampuuk sebagai salah satu pusat pertumbuhan usaha mikro dan kecil, khususnya di sektor kuliner, dengan sajian berbasis *seafood* seperti ikan panggang dan lain-lain.⁸²

Sebagai kawasan yang paling parah rusaknya pada peristiwa tsunami Aceh tahun 2004, namun pasca bencana tersebut telah ditata kembali Pantai Lampuuk yang menjadi kini terbagi secara administratif ke dalam beberapa pintuk masuk utama, seperti Babah Satu dan sampai Babah Tiga, yang masing-masing memiliki karakteristik unik, mulai dari area ramah keluarga hingga titik ombak yang ideal bagi para perselancar. Keindahan alam ini mendukung oleh infrastruktur jalan yang bagus, menjadikannya pusat pertumbuhan ekonomi baru di sektor pariwisata bagi masyarakat lokal.

⁸² Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, Profil Destinasi wisata Aceh, *Profil Destinasi Wisata Aceh*, (Banda Aceh: Disbudpar Aceh, 2022).

Keindahan panorama laut yang ditawarkan menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang berkunjung. Selain itu, fasilitas pendukung seperti area parkir, pondok wisata, serta warung makan yang tersebar di sepanjang Pantai turut menunjang aktivitas wisata di kawasan ini. Jenis usaha di kawasan ini meliputi warung makan, kafe, serta usaha kuliner tradisional yang menawarkan aneka makanan dan minuman.⁸³

Perdagangan makanan dan minuman di kawasan ini memiliki karakteristik yang khas, yaitu seperti kondisi cuaca serta tingkat kunjungan wisatawan. Pada hari libur, akhir pekan, dan musim wisata, aktivitas perdagangan meningkat secara signifikan, sementara pada hari biasa cenderung mengalami penurunan. Pola ini menunjukkan adanya ketergantungan yang kuat antara sektor pariwisata dan aktivitas ekonomi lokal di Pantai Lampuuk.⁸⁴

Perdagangan makanan dan minuman di Pantai Lampuuk pada umumnya dikelola langsung oleh masyarakat lokal dengan memanfaatkan lahan yang berada di sekitar area pantai. Pola pengelolaan usaha tersebut bersifat mandiri dan belum berada dalam satu sistem pengelolaan terpadu oleh pemerintah daerah. Akibatnya, setiap pelaku usaha memiliki keleluasaan dalam menetapkan harga jual produk makanan dan minuman yang dipasarkan kepada konsumen.⁸⁵

Aktivitas perdagangan produk makanan dan minuman di kawasan Pantai Lampuuk merupakan salah satu bentuk kegiatan ekonomi utama yang berkembang seiring dengan meningkatnya kunjungan wisatawan. Kegiatan ini didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dikelola langsung oleh masyarakat lokal, dengan memanfaatkan lokasi yang strategis di sepanjang garis pantai. Dalam praktiknya, sistem perdagangan uang cenderung

⁸³ Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Besar, *Aceh Besar dalam Angka 2023*, Aceh Besar: BPS, 2023.

⁸⁴ *Ibid.*

⁸⁵ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Profil Destinasi Wisata Pantai Lampuuk, <https://sisparnas.kemenparekraf.go.id/p/37013>, diakses pada tanggal 28 Januari 2026.

bersifat langsung, dimana penjual berinteraksi secara tatap muka dengan konsumen tanpa perantara.

Faktor lain yang turut memengaruhi keberlangsungan usaha makanan dan minuman di kawasan Pantai Lampuuk juga tidak dapat diabaikan. Salah satunya adalah tingkat persaingan antar pelaku usaha yang cukup tinggi, mengingat banyaknya warung dan kafe yang menawarkan produk serupa. Konsisi ini juga mendorong para pedagang untuk melakukan berbagai strategi, seperti meningkatkan kualitas rasa, kebersihan, pelayanan, hingga penataan tempat usaha agar lebih menarik pengunjung. Sebagian pelaku usaha juga mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk memantau konsumen yang lebih luas, terutama wisatawan luar daerah. Pemanfaatan teknologi digital ini menunjukkan adanya adaptasi pelaku usaha terhadap perkembangan zaman, yang dalam teori pemasaran modern dikenal sebagai strategi pemasaran berbasis digital (*digital marketing*).⁸⁶

Jual beli dalam sektor makanan dan minuman menjadi bagian penting dalam aktivitas ekonomi masyarakat, terutama di kawasan wisata Pantai Lampuuk. Interaksi antara pelaku usaha dan konsumen terjadi melalui proses penawaran, penetapan harga, hingga transaksi pembayaran secara langsung di lapangan. Dalam praktiknya, kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan prinsip keadilan dan keterbukaan agar tidak merugikan salah satu pihak.⁸⁷ Hal ini menjadi penting karena sektor makanan dan minuman berkaitan langsung dengan kebutuhan sehari-hari.

Dalam perspektif hukum, kegiatan perdagangan di bidang makanan dan minuman diatur dalam berbagai ketentuan yang menekankan pentingnya

⁸⁶ M. Faisal Abdullah, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Malang: UMM Press, 2021), hlm. 47.

⁸⁷ Tan Nathalia, "Perlindungan Hukum bagi Konsumen Online Terkait Penampilan Produk Makanan Diterima Tidak sesuai dengan yang Ditawarkan dalam Aplikasi", *Jurnal Hukum Non Diskriminatif*, Vol. 1, No. 2, Januari 2023.

perlindungan terhadap konsumen. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang jelas, benar, dan jujur mengenai produk yang dijual, termasuk terkait harga. Ketentuan ini ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur bahwa konsumen berhak memperoleh informasi yang transparan sebelum melakukan transaksi.⁸⁸ Oleh karena itu, kejelasan harga menjadi salah satu aspek utama dalam menciptakan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen.

Aktivitas perdagangan makanan dan minuman di Pantai Lampuuk menunjukkan adanya variasi harga antar pedagang, meskipun sebagian pelaku usaha telah melakukan upaya musyawarah untuk menyeragamkan harga. Produk yang diperdagangkan meliputi berbagai jenis makanan dan minuman, seperti nasi goreng, nasi putih, mie instan, *seafood*, ikan bakar, cah kangkung, gorengan seperti tempe goreng, tahu goreng, bakwan, kentang goreng, sosis, *nugget*, selain itu, tersedia berbagai jenis minuman seperti kelapa muda, kopi, jus, dan juga minuman kemasan lainnya. Sebagian besar produk tersebut diperoleh melalui produksi mandiri oleh pedagang, sementara bagian lainnya berasal dari distributor atau pemasok lokal.

Waktu operasional di Pantai Lampuuk biasanya berlangsung pada siang hingga malam hari, dengan peningkatan aktivitas yang signifikan pada akhir pekan dan hari libur nasional. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya jumlah pengunjung yang datang untuk berwisata. Adapun target pasar dari aktivitas perdagangan ini adalah wisatawan lokal maupun luar daerah, serta Masyarakat sekitar yang berkunjung ke kawasan Pantai.⁸⁹

⁸⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁸⁹ Hasil wawancara dengan Dedi Hidayat, pemilik warung, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

B. Sistem Penetapan Harga Makanan dan Minuman di Pantai Lampuuk dan Prinsip Keterbukaan dan Transparansinya

Lazimnya mekanisme pasar terbentuk berdasarkan permintaan dan penawaran termasuk yang mempengaruhinya pada tingkat dan intensitas permintaan dan ketersediaan objek yang dibutuhkan pasar. Kondisi ini lumrah terjadi pada berbagai pasar yang terbentuk secara alamiah. Namun dominasi pihak penawar juga sering mempengaruhi tingkat harga pasar. Dalam riset ini penulis menemukan unsur ini dalam mekanisme pasar pada transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh pihak pedagang makanan dan minuman di kawasan wisata Pantai Lampuuk, Kecamatan Lhoknga, Aceh Besar.

Berdasarkan data yang penulis peroleh, bahwa pihak pedagang di kawasan ini cenderung lebih dominan posisinya dalam menetapkan harga makanan dan minuman bahkan cenderung tanpa negosiasi karena ditetapkan secara sepihak, sehingga dalam beberapa kasus menyebabkan pihak pembeli merasa “digetok harga”, karena tidak mengetahui kondisi harga pasar di kawasan Pantai Lampuuk terutama bila pengunjungnya berasal dari luar wilayah Kota Banda Aceh dan Aceh Besar, atau pelancong yang belum pernah berkunjung ke lokasi wisata ini, sehingga menemukan harga makanan dan minuman di wilayah ini berbeda signifikan *rate* nya dibandingkan dengan daerah lain dalam kawasan Banda Aceh dan Aceh Besar.

Pedagang makanan dan minuman di kawasan Pantai Lampuuk memang memiliki semacam paguyuban atau asosiasi non-formal, sehingga secara umum mereka memiliki kesepakatan untuk menetapkan harga yang berlaku di kawasan ini. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa harga makanan dan minuman merupakan hasil kesepakatan bersama antara para pelaku usaha yang tidak didasarkan pada acuan harga pasar yang berlaku di luar wilayah kawasan pantai.⁹⁰ Kesepakatan tersebut dimaksudkan agar tidak terjadi persaingan harga

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Dedi Hidayat, pemilik warung, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

yang tidak sehat antar pedagang, sekaligus memberikan jaminan kepada pengunjung bahwa harga yang dibayarkan relatif wajar dan setara di setiap warung.

Sistem penetapan harga bahwa mereka menetapkan harga secara individual dan parsial, sehingga tidak didasarkan pada kesepakatan harga kolektif yang disepakati oleh seluruh pedagang yang ada di Pantai Lampuuk. Kondisi tersebut umumnya dipengaruhi oleh aktivitas perdagangan yang tidak dilakukan setiap hari. Para pedagang biasanya hanya beroperasi pada hari tertentu, terutama di hari *weekend*. Oleh karena itu, karena terendap modal selama lima hari yang menyebabkan distribusi barang itu menjadi rendah, hal inilah yang menyebabkan para pedagang untuk menetapkan harga secara mandiri.

Para pedagang sepakat menyatakan bahwa praktik penetapan harga secara parsial di Pantai Lampuuk berbeda dengan wilayah lain di sekitar Kecamatan Lhoknga. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh karakteristik aktivitas perdagangan yang relatif pengunjung saat *weekend*. Sehingga kondisi ini menyebabkan perputaran modal menjadi berkurang.

Tabel 3.1
Perkiraan Harga Normal Produk Makanan dan Minuman di Kawasan
Wisata Lampuuk

No.	Produk	Harga Wisata Lampuuk
1.	Air mineral	Rp5.000
2.	Teh panas/dingin	Rp8.000-10.000
3.	Kopi Hitam	Rp8.000-10.000
4.	Cappucino/Coffemix/Nescafe	Rp8.000-15.000
5.	Minum dingin kemasan	Rp10.000-13.000
6.	Jus buah	Rp15.000-20.000
7.	Kelapa muda	Rp15.000
8.	Mie Goreng/Mie Kuah	Rp15.000
9.	Nasi goreng telur	Rp15.000
10.	Nasi goreng ayam	Rp25.000
11.	<i>Seafood/Indomie Seafood</i>	Rp30.000-35.000

12.	Ikan bakar	Rp25.000/ons
13.	Udang/Cumi	Rp60.000-80.000

Sumber Data: Observasi menu Café Ungu dan Jitra di Kawasan Pantai Lampuuk, 26 April 2026

Data tersebut menunjukkan bahwa harga produk makanan dan minuman di kawasan Pantai Lampuuk relatif dengan menyesuaikan jenis bahan, terutama pada menu *seafood* yang cenderung lebih tinggi dibandingkan makanan dan minuman biasa.

Tabel 3.2
Perkiraan Harga Normal Produk Makanan dan Minuman di Kawasan non-Wisata Lampuuk

No.	Produk	Harga non-wisata Lampuuk
1.	Air mineral	Rp3.000
2.	Teh	Rp5.000-6.000
3.	Kopi Hitam	Rp5.000-6.000
4.	Minum sachet	Rp5.000-8.000
5.	Jus buah	Rp10.000
6.	Kelapa muda	Rp8.000
7.	Mie Goreng/Mie Kuah	Rp10.000
8.	Nasi goreng telur	Rp10.000
9.	Nasi goreng ayam	Rp15.000
10.	<i>Seafood</i>	Rp30.000
11.	Ikan bakar	Rp15.000-18.000/ons

Sumber Data: Hasil yang ditetapkan masing-masing lokasi penjualan warung non-wisata kawasan Lampuuk, 26 April 2026

Data di atas menunjukkan harga produk makanan dan minuman di tempat non-wisata atau di luar Pantai Lampuuk.

Tabel 3.3
Perbandingan Harga Kawasan Wisata dan non-wisata Lampuuk

No.	Produk	Harga Wisata Lampuuk	Harga non-wisata Lampuuk
1.	Air mineral	Rp5.000	Rp3.000
2.	Teh	Rp8.000-10.000	Rp5.000-6.000
3.	Kopi Hitam	Rp8.000-10.000	Rp5.000-6.000

4.	Minum sachet	Rp10.000-13.000	Rp5.000-8.000
5.	Jus buah	Rp15.000-20.000	Rp10.000
6.	Kelapa muda	Rp15.000	Rp8.000
7.	Mie Goreng/Mie Kuah	Rp15.000	Rp10.000
8.	Nasi goreng telur	Rp15.000	Rp10.000
9.	Nasi goreng ayam	Rp25.000	Rp15.000
10.	<i>Seafood</i>	Rp75.000-90.000	Rp30.000
11.	Ikan bakar	Rp25.000/ons	Rp15.000-18.000/ons

Sumber data: Hasil observasi dan wawancara dengan pedagang di kawasan wisata dan non-wisata Lampuuk, 26 April 2026

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa harga makanan dan minuman di kawasan wisata Pantai Lampuuk cenderung lebih tinggi dibandingkan kawasan non-wisata. Sebagai contoh, harga kelapa muda di kawasan wisata mencapai Rp15.000, sedangkan di kawasan non-wisata berkisar Rp8.000. Demikian pula harga nasi goreng ayam di kawasan wisata mencapai Rp25.000, sementara di kawasan non-wisata hanya sekitar Rp15.000. Perbedaan tersebut menunjukkan adanya *premium price* yang lazim ditemukan pada kawasan wisata karena dipengaruhi oleh lokasi usaha, biaya operasional, serta tingginya permintaan wisatawan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, masih banyak warung yang belum mencantumkan daftar harga secara jelas sehingga konsumen tidak mengetahui harga sebenarnya sebelum melakukan pemesanan. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pengunjung merasa bahwa harga yang dikenakan terlalu mahal atau tidak sesuai ekspektasi mereka.

Aktivitas perdagangan di kawasan ini memiliki karakteristik yang sangat bergantung pada musim wisata dan hari kunjungan. Pada hari-hari biasa, jumlah pengunjung yang datang cenderung lebih sedikit sehingga pendapatan pedagang pun berkurang. Sebaliknya, pada akhir pekan khususnya hari Sabtu dan Minggu, jumlah wisatawan meningkat secara signifikan, yang pada akhirnya peningkatan permintaan terhadap produk makanan dan minuman. Kondisi ini menyebabkan

sebagian pedagang melakukan penyesuaian harga secara fleksibel mengikuti interaksi antara permintaan dan penawaran.

Faktor lain yang turut membentuk penetapan harga di kawasan ini adalah ketidakstabilan harga bahan pokok di pasaran. Perubahan harga bahan baku, baik yang disebabkan oleh kenaikan harga maupun kelangkaan barang, yang membuat para pelaku usaha enggan menetapkan harga secara jelas dalam daftar menu. Mereka lebih memilih untuk menyampaikan harga secara lisan langsung kepada konsumen karena dianggap lebih praktis dan memungkinkan penyesuaian yang cepat sesuai kondisi.

Prinsip keterbukaan dan transparansi harga merupakan salah satu aspek penting dalam perlindungan konsumen dan pengelolaan kawasan wisata yang baik. Berdasarkan ketentuan yang berlaku, setiap pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa, termasuk harga yang ditetapkan. Transparansi harga bukan sekadar kewajiban hukum, melainkan juga membangun kepercayaan antara pedagang dan konsumen. Dalam konteks pariwisata, kepercayaan wisatawan terhadap kejelasan harga sangat menentukan pengalaman berkunjung dan kemungkinan kunjungan ulang ke destinasi yang sama.⁹¹

Ketiadaan daftar harga yang jelas berpotensi menimbulkan ketimpangan informasi, di mana konsumen tidak memiliki posisi tawar yang setara dengan penjual. Kondisi ini membuka celah terjadinya praktik penetapan harga yang tidak konsisten, terutama terhadap wisatawan yang tidak familiar dengan harga lokal. Tidak tercantumkannya harga secara terbuka juga menunjukkan kurangnya transparansi dalam kegiatan perdagangan di kawasan wisata. Padahal, transparansi harga juga merupakan salah satu bentuk perlindungan terhadap konsumen agar transaksi dapat berlangsung secara adil dan tidak merugikan

⁹¹ Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2020), hlm.198.

salah satu pihak. Dengan adanya daftar harga yang jelas, konsumen dapat mengetahui besaran biaya yang harus dibayar sebelum melakukan pembelian.

Ketidakjelasan sistem harga di kawasan wisata dapat berdampak langsung pada tingkat kepuasan dan kepercayaan wisatawan. Wisatawan, khususnya wisatawan mancanegara atau mereka yang baru pertama kali berkunjung, cenderung merasa tidak nyaman ketika harus menegosiasikan harga secara lisan tanpa acuan tertulis yang dapat dijadikan pegangan. Dengan demikian, transparansi harga bukan hanya persoalan etika bisnis, tetapi juga berkaitan erat dengan keberlanjutan ekonomi pedagang itu sendiri dalam jangka panjang.⁹²

Dapat dipahami bahwa penentuan harga makanan dan minuman di kawasan wisata Pantai Lampuuk dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kesepakatan antar pedagang, dan kondisi permintaan wisatawan. Meskipun terdapat upaya untuk menjaga keseragaman harga, praktik di lapangan menunjukkan masih adanya perbedaan harga dan belum optimalnya penerapan transparansi kepada konsumen. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan ketidaknyamanan bagi wisatawan serta memengaruhi tingkat kepercayaan terhadap kawasan wisata. Oleh karena itu, diperlukan adanya pengaturan harga yang lebih jelas dan terbuka melalui pencantuman daftar harga pada setiap warung, sehingga tercipta perlindungan konsumen, persaingan usaha yang sehat, serta peningkatan citra Pantai Lampuuk sebagai destinasi wisata yang aman dan nyaman bagi pengunjung.

C. Respon Konsumen terhadap Penetapan Harga Produk Makanan dan Minuman di Pantai Lampuuk Kec. Lhoknga

Penetapan harga merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran yang secara langsung memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Di kawasan wisata Pantai Lampuuk, Kecamatan Lhoknga Aceh Besar, para

⁹² Hasil wawancara dengan Faras, pengunjung Pantai Lampuuk, 26 April 2026.

pedagang makanan dan minuman menetapkan harga berdasarkan pertimbangan biaya produksi, keuntungan yang diinginkan, serta kondisi persaingan di sekitar lokasi wisata. Namun demikian, respon konsumen terhadap harga yang ditawarkan oleh para pedagang tersebut beragam, bergantung pada persepsi nilai, tingkat kepuasan, dan ekspektasi masing-masing individu.

Berdasarkan data yang penulis peroleh, konsumen menyatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh pedagang makanan dan minuman di Pantai Lampuuk tergolong wajar dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Hal ini diungkapkan oleh salah satu pengunjung yang menyebutkan bahwa harga makanan di sana tidak jauh berbeda dengan harga di tempat wisata lainnya di Aceh. Konsumen merasa puas dengan porsi makanan yang disajikan sehingga harga yang dibayarkan dianggap sepadan dengan apa yang diperoleh.⁹³

Di sisi lain, beberapa konsumen yang merasa bahwa harga makanan dan minuman di Pantai Lampuuk terlalu tinggi, terutama jika dibandingkan dengan harga di warung-warung biasa di luar kawasan wisata. Salah seorang konsumen mengungkapkan bahwa harga mie goreng dan air mineral di kawasan pantai bisa dua kali lipat lebih mahal dibandingkan harga normal.⁹⁴ Konsumen lainnya juga mengeluhkan ketiadaan daftar harga yang terpasang secara transparan di beberapa warung, sehingga mereka merasa tidak nyaman karena khawatir adanya ketidaksesuaian antara harga yang diminta dengan harga yang seharusnya.⁹⁵ Kondisi ini menunjukkan adanya persoalan transparansi harga yang perlu mendapat perhatian lebih serius dari para pelaku usaha di kawasan wisata Pantai Lampuuk.

Respon konsumen terhadap penetapan harga juga dipengaruhi pada seberapa sering mereka berkunjung serta tingkat pemahaman mereka terkait

⁹³ Hasil wawancara dengan Humaira, salah satu konsumen, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

⁹⁴ *Ibid.*

⁹⁵ Hasil wawancara dengan Izatul, salah satu konsumen di Café Ungu, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

kawasan wisata. Konsumen yang baru pertama kali mengunjungi Pantai Lampuuk cenderung lebih terkejut dengan harga yang ditetapkan, sementara konsumen yang sudah sering berkunjung umumnya telah menyesuaikan ekspektasi mereka terhadap harga di kawasan wisata. Selain itu, konsumen dari luar daerah atau wisatawan yang datang dari kota besar seperti Banda Aceh cenderung menganggap harga di Pantai Lampuuk masih terjangkau, sedangkan konsumen lokal dari sekitar Kecamatan Lhoknga justru lebih sensitif terhadap kenaikan harga karena mereka memiliki referensi harga pasar yang lebih dekat.

Salah satu pengunjung warung merah putih mengungkapkan bahwa ia merasa terkejut setelah mengetahui total biaya yang harus dibayarkan karena tidak terdapat daftar harga yang dipasang secara jelas di warung tersebut. Menurutnya, ketidaktransparan harga ini menimbulkan rasa tidak nyaman dan menyulitkan konsumen dalam memperkirakan jumlah pengeluaran yang harus disiapkan. Kondisi ini juga dapat memunculkan kekhawatiran bahwa harga yang dikenakan tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen atau tidak sebanding dengan harga yang diterima.⁹⁶ Oleh karena itu, penulis berharap setiap pelaku usaha menandatangani daftar harga secara tertulis agar konsumen dapat mempersiapkan anggaran dengan lebih baik sebelum melakukan transaksi.

Pengalaman serupa juga disampaikan oleh pengunjung bahwa mereka sudah terbiasa dengan harga di kawasan wisata tersebut, namun tetap merasa kurang nyaman karena harga yang dibayarkan terkadang berbeda antara satu kunjungan dengan kunjungan berikutnya untuk jenis produk yang sama. Menurutnya, ketidakkonsistenan harga tersebut menyulitkan konsumen lokal dalam memberikan rekomendasi kepada kerabat atau tamu yang ingin berkunjung karena tidak dapat memberikan gambaran biaya yang pasti.⁹⁷ Sementara itu, disampaikan oleh seorang pengunjung yang datang ke Pantai

⁹⁶ Hasil wawancara dengan Rizky, pengunjung Pantai Lampuuk, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

⁹⁷ Hasil wawancara dengan Aisyah, pengunjung Pantai Lampuuk, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

Lampuuk bersama rekan-rekannya dari luar Aceh. Ia mengaku kecewa karena memesan beberapa jenis makanan dan minuman tanpa mengetahui harga terlebih dahulu akibat tidak tersedianya menu tertulis. Ketika pembayaran dilakukan, total tagihan jauh melebihi perkiraannya dan sempat menimbulkan perdebatan dengan pihak penjual. Menurutnya, kondisi tersebut menunjukkan perlunya regulasi yang lebih ketat untuk mewajibkan transparansi harga di seluruh warung dan kafe di kawasan wisata guna melindungi hak konsumen dan menjaga citra pariwisata Aceh secara keseluruhan.⁹⁸

Perbedaan harga untuk produk yang sama serta tidak tersedianya daftar harga menimbulkan ketidaknyamanan, kesalahpahaman dalam transaksi, dan berpotensi merugikan konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha belum sepenuhnya menerapkan prinsip keterbukaan informasi sebagaimana menjadi bagian dari hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta harga barang atau jasa yang ditawarkan. Dengan demikian, diperlukan upaya pengawasan dan penegakan aturan yang lebih efektif guna menjamin perlindungan hukum bagi konsumen di kawasan wisata Pantai Lampuuk.

Ketidaktejelasan informasi harga juga berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan konsumen. Konsumen cenderung merasa ragu untuk melakukan pembelian apabila harga tidak diketahui secara pasti, karena adanya kekhawatiran harga yang dibayarkan tidak sesuai dengan perkiraan. Dalam beberapa kasus, perbedaan antara harga yang dibayarkan dan ekspektasi konsumen dapat menimbulkan rasa kecewa, tetapi meskipun tidak selalu berujung konflik secara langsung. Selain itu, kenyamanan konsumen dalam melakukan transaksi sangat dipengaruhi oleh ketebukaan informasi harga. Konsumen umumnya lebih memilih untuk mengetahui harga terlebih dahulu sebelum memesan guna menghindari kesalahpahaman. Oleh karena itu,

⁹⁸ Hasil wawancara dengan Rizky, pengunjung Pantai Lampuuk, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

transparansi harga menjadi faktor penting dalam menciptakan rasa aman serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha.⁹⁹

Penilaian konsumen terhadap kewajaran harga juga menjadi faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Di kawasan wisata Pantai Lampuuk, Sebagian konsumen memahami bahwa harga produk makanan dan minuman cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan daerah non-wisata. Hal ini dianggap wajar karena adanya biaya tambahan seperti transportasi bahan baku dan Lokasi usaha yang strategis. Namun konsumen tetap mengharapkan adanya kesesuaian antara harga yang ditetapkan dengan kualitas produk serta pelayanan yang diberikan. Apabila harga dinilai terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang memadai, maka konsumen cenderung merasa dirugikan.

Sikap pelaku usaha dalam menyampaikan harga juga turut mempengaruhi pengalaman konsumen. Pelaku usaha yang secara terbuka dan ramah menjelaskan harga cenderung mendapatkan respon yang lebih positif. Komunikasi yang baik antara penjual dan pembeli dapat mengurangi potensi kesalahpahaman serta menciptakan hubungan yang lebih harmonis.

D. Upaya Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Ketidakpastian Harga di Pantai Lampuuk

Upaya perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidakpastian harga tidak hanya menjadi tanggung jawab pelaku usaha dan pemerintah, tetapi juga memerlukan kesadaran dari konsumen itu sendiri. Dalam hal ini, konsumen harus *aware* (sadar dan waspada) terhadap informasi harga yang ditawarkan sebelum melakukan transaksi. Konsumen perlu memperhatikan kejelasan pencantuman harga, menanyakan apabila terdapat perbedaan harga, serta meminta bukti transaksi sebagai bentuk perlindungan terhadap hak-haknya. Sikap kehati-hatian dari konsumen dapat meminimalkan risiko kerugian akibat

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Rahma, pengunjung Pantai Lampuuk, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

ketidakjelasan atau perubahan harga yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha. Dengan demikian, perlindungan hukum yang efektif akan terwujud apabila diimbangi dengan tingkat kesadaran dan pemahaman konsumen terhadap hak dan kewajibannya dalam setiap transaksi.

Menyikapi hal tersebut, dinamika transaksi di kawasan Pantai Lampuuk, Kab. Aceh Besar, bertumpu pada penguatan implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Salah satu langkah penting adalah pemenuhan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang atau jasa sebagaimana diatur dalam pasal 4 huruf c.

Pada praktiknya, ketidakpastian harga di kawasan Pantai Lampuuk sering menyebabkan kerugian bagi konsumen akibat tidak adanya standar tarif yang jelas dan transparan. Kondisi seperti ini membuka peluang bagi pelaku usaha untuk menetapkan harga secara sepihak tanpa adanya kejelasan informasi terlebih dahulu kepada konsumen. Tindakan ini bertentangan dengan prinsip keterbukaan informasi yang menjadi salah satu asas penting dalam perlindungan konsumen.¹⁰⁰

Pertama, dalam rangka menghindari praktik *gharar* dalam transaksi, para penjual perlu menjelaskan harga produk kepada konsumen secara terbuka, baik secara lisan maupun melalui pencantuman label harga yang dapat dibaca dengan jelas. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik warung menyatakan bahwa sudah berupaya menyampaikan harga kepada pembeli sebelum transaksi berlangsung, meskipun belum seluruhnya dalam bentuk tertulis.

Kedua, meskipun transaksi yang berlangsung di kawasan wisata Pantai Lampuuk cenderung bersifat kondisional dan musiman dengan lonjakan permintaan pada hari-hari tertentu, para penjual seyogianya tetap tidak mengambil keuntungan secara berlebihan. Dedi Hidayat selaku pemilik warung

¹⁰⁰ R. Serfianto D. Purnomo, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jasa," *Jurnal hukum & Pembangunan*, Vol. 51 No. 2, 2021, hlm. 210.

mengakui bahwa harga di kawasan wisata memang lebih tinggi dibandingkan warung biasa, namun ia menekankan pentingnya menjaga kewajaran harga agar tidak mengecewakan pembeli dan merusak kepercayaan konsumen.

Ketiga, para penjual juga berusaha untuk memperoleh barang dagangan langsung dari distributor atau pedagang grosir sehingga harga pokok dapat ditekan dan tingkat keuntungan yang diperoleh tetap kompetitif tanpa harus membebankan harga yang terlalu tinggi kepada konsumen. Strategi pengadaan barang yang efisien merupakan bagian dari pengelolaan usaha yang bertanggung jawab dan berorientasi pada keadilan bagi semua pihak, sejalan dengan semangat transparansi harga yang dianjurkan dalam konsep *saman* dalam fiqh muamalah.¹⁰¹

Praktik penetapan harga yang tidak transparan mencerminkan adanya ketidakadilan dalam posisi antara pelaku usaha dan konsumen, keseimbangan antara kedua belah pihak merupakan hal yang sangat penting untuk menciptakan keadilan dalam transaksi ekonomi. Oleh karena itu, transparansi harga menjadi alat utama dalam menjamin adanya keadilan dan kepastian hukum bagi konsumen.

Upaya perlindungan konsumen juga perlu di dukung oleh sosialisasi dan edukasi secara berkelanjutan kepada para pelaku usaha, mengingat banyak diantara mereka yang belum sepenuhnya memahami kewajiban hukum terkait transparansi harga bukan karena niat merugikan, melainkan karena keterbatasan pemahaman dalam pengelolaan usaha.

Dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum yang konkret bagi konsumen di kawasan Pantai Lampuuk, terdapat beberapa hak konsumen yang wajib dipenuhi oleh setiap pelaku usaha. Pertama, konsumen berhak menanyakan informasi secara jelas tentang menu dan harga produk yang ditawarkan sebelum transaksi dilakukan. Hak ini diatur dalam Pasal 4 huruf c

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Dedi Hidayat, pemilik warung, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menegaskan bahwa setiap konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa. Dalam konteks kawasan wisata Pantai Lampuuk, pemenuhan hak ini dapat diwujudkan melalui kewajiban pelaku usaha untuk mencantumkan daftar menu beserta harga secara tertulis dan mudah dibaca oleh konsumen.¹⁰²

Kedua, meskipun berada di kawasan wisata yang bersifat rekreatif, konsumen tetap dituntut untuk lebih *aware* dan bijak dalam berkonsumsi, yakni hanya mengonsumsi apa yang benar-benar dibutuhkan, terutama bagi mereka yang sedang dalam kondisi keuangan yang terbatas. Berdasarkan Pasal 4 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa. Pemenuhan hak ini merupakan kewajiban pelaku usaha untuk memastikan bahwa lingkungan tempat usaha memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi setiap pengunjung.¹⁰³

Ketiga, konsumen juga perlu secara aktif meminta informasi harga yang jelas sebelum transaksi berlangsung serta meminta bukti pembayaran atau *invoice* setelah transaksi selesai dilakukan. Aisyah selaku pengunjung Pantai Lampuuk menyatakan bahwa ia pernah mengalami ketidaksesuaian antara harga yang disebutkan secara lisan dengan jumlah yang tertera dalam tagihan, sehingga menurutnya bukti pembayaran tertulis sangat penting sebagai alat kontrol dan perlindungan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam konteks Pantai Lampuuk, pelaku usaha wajib membuka ruang komunikasi yang memungkinkan konsumen menyampaikan keberatan atau keluhan terkait harga maupun pelayanan secara langsung dan terbuka. Mekanisme penanganan

¹⁰² Mahmud Effendi, *Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), hlm. 45.

¹⁰³ YLKI, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 2015), hlm. 32.

keluhan yang responsif tidak hanya mencerminkan itikad baik pelaku usaha, tetapi juga merupakan bentuk penghormatan terhadap hak-hak konsumen yang dilindungi oleh hukum.¹⁰⁴

Keempat, konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hak ini sangat relevan dalam konteks Pantai Lampuuk, di mana konsumen yang merasa dirugikan akibat ketidaksesuaian antara harga yang dibayarkan dengan kualitas produk atau pelayanan yang diterima berhak menuntut pertanggungjawaban dari pelaku usaha. Penegakan hak ini dapat dilakukan melalui mekanisme penyelesaian sengketa, baik secara musyawarah, mediasi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), maupun melalui jalur litigasi apabila diperlukan. Dengan demikian, keempat hak konsumen tersebut harus menjadi landasan utama bagi seluruh upaya perlindungan hukum yang diterapkan di kawasan wisata Pantai Lampuuk.¹⁰⁵

E. Analisis Ketidakpastian Harga Produk Makanan dan Minuman Menurut Konsep *Saman*

Ketidakpastian harga pada produk makanan dan minuman di kawasan Pantai Lampuuk, Kab. Aceh Besar merupakan permasalahan yang perlu mendapat perhatian serius. Kondisi ini muncul akibat tidak adanya keterbukaan informasi harga yang jelas serta standar harga yang pasti di kalangan pelaku usaha. Dalam hal ini, sering sekali menimbulkan ketidaknyamanan bagi konsumen, karena harga baru diketahui setelah transaksi dilakukan. Situasi ini berpotensi merugikan konsumen serta menciptakan ketidakseimbangan dalam

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan Aisyah, pengunjung Pantai Lampuuk, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

¹⁰⁵ R. Serfianto D. Purnomo, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jasa," *Jurnal Hukum & Pembangunan*, Vol. 51 No. 2, 2021, hlm. 215.

hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam konteks hukum perlindungan konsumen di Indonesia, kondisi ini berpotensi melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan yang benar, jelas, dan jujur mengenai dan harga barang atau jasa yang ditawarkan pada konsumen.¹⁰⁶

Realitas yang terjadi di kawasan Pantai Lampuuk menunjukkan adanya kesenjangan yang sesuai antara ketentuan *saman* dalam fiqh muamalah dengan praktik perdagangan yang berlangsung. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, masih ditemukan sejumlah warung dan kafe yang belum mencantumkan daftar harga secara jelas. Konsumen yang datang umumnya harus terlebih dahulu memesan makanan dan minuman sebelum mengetahui harga yang harus dibayar. Ketidaktransparan seperti ini membuka ruang bagi pedagang untuk mematok harga yang berubah-ubah, terutama kepada wisatawan dari luar daerah yang tidak memiliki referensi harga setempat. Praktik ini menciptakan ketimpangan informasi antara penjual dan pembeli, dalam perspektif hukum Islam disebut sebagai *jahalah* (ketidaktahuan), yang dilarang dalam muamalah karena berpotensi menimbulkan sengketa dan kerugian bagi salah satu pihak.¹⁰⁷

Berdasarkan konsep *saman*, praktik ketidakpastian harga yang berlaku di Pantai Lampuuk jelas bertentangan dengan prinsip *tarāḍhin* (kerelaan bersama) yang menjadi landasan utama dalam setiap akad muamalah. Kerelaan hanya dapat terwujud apabila kedua belah pihak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai objek transaksi, termasuk harga yang harus dibayarkan. Apabila harga yang baru diberitahukan setelah barang atau jasa dikonsumsi, maka kerelaan konsumen menjadi cacat karena didasarkan pada ketidaktahuan. Dalam hal ini, Rasulullah bersabda bahwa jual beli harus dilakukan atas dasar saling ridha, dan

¹⁰⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁰⁷ Ibnu Taimiyah, *Majmu' al-Fattawa*, (Madinah: Muja'mma' al-Malik Fahd, 1995), Juz XXIX, hlm. 523.

tidak halal harta seorang muslim kecuali dengan kerelaan hatinya. Menurut Mahmud Effendi, hadis ini menjadi landasan perlindungan konsumen dalam hukum Islam karena kewajiban pelaku usaha untuk bersikap transparan dalam menetapkan harga agar tidak terjadi pemanfaatan ketidaktahuan konsumen.

Dalam penerapan akad *bai' musawwamah* yang lazim terjadi di kawasan wisata khususnya Pantai Lampuuk, konsep *saman* memiliki peranan yang sangat penting karena harga ditetapkan sepenuhnya melalui kesepakatan antara penjual dan pembeli, bukan berdasarkan informasi harga pokok. Syarat utama yang harus dipenuhi dalam akad ini bahwa *saman* harus diketahui secara jelas (*ma'lūm*), memiliki nilai yang diakui secara sah, bebas dari unsur riba, dan disepakati atas dasar kerelaan para pihak.¹⁰⁸ Apabila syarat-syarat tersebut tidak dipenuhi, khususnya syarat kejelasan harga, maka transaksi yang terjadi dapat dikategorikan mengandung unsur *gharar* yang menjadikan akad tersebut cacat secara hukum Islam.

Berdasarkan hasil penelitian di Pantai Lampuuk, masih ditemukan praktik penetapan harga yang belum sepenuhnya memenuhi konsep *saman* dalam fiqh muamalah. Salah satu contohnya ialah masih adanya beberapa warung yang tidak mencantumkan daftar harga makanan maupun minuman sehingga konsumen baru mengetahui jumlah pembayaran setelah selesai mengonsumsi makanan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa harga belum diketahui secara jelas sejak awal akad, padahal kejelasan harga merupakan salah satu syarat dalam konsep *saman*.

Contoh lainnya adalah adanya perbedaan harga menu yang sama antarwarung tanpa adanya informasi yang disampaikan terlebih dahulu kepada konsumen. Misalnya, harga Indomie di salah satu warung sebesar Rp13.000, sedangkan di warung lain mencapai Rp15.000. Perbedaan harga tersebut pada dasarnya dibolehkan selama harga diberitahukan kepada konsumen sebelum akad berlangsung. Namun, apabila konsumen baru mengetahui harga setelah

¹⁰⁸ Ibnu Qudamah, *Al-Mughni*, (Riyadh: Dar'Alam al-kutub, 1997) Juz VI, hlm. 5.

selesai mengonsumsi makanan, maka kondisi tersebut tidak sejalan dengan prinsip kejelasan harga dalam konsep *saman* dan berpotensi menimbulkan sengketa antara penjual dan pembeli.¹⁰⁹

Berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku, ketidakpastian harga yang dialami konsumen di Pantai Lampuuk melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya pasal 4 huruf a dan c yang menjamin hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, serta hak untuk mendapatkan informasi dan harga yang wajar. Selain itu, Pasal 7 huruf b undang-undang yang sama juga menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang diperjualbelikan.¹¹⁰ Pelanggaran terhadap ketentuan ini menunjukkan perlunya upaya perlindungan hukum yang lebih serius, baik melalui pengawasan pemerintah daerah, maupun melalui penyadaran pelaku usaha akan kewajiban mereka dalam menyampaikan informasi harga secara transparan kepada setiap konsumen.

Menurut pandangan ulama Hanafiyah dan Malikiyah, pemerintah mempunyai kewenangan untuk melakukan standarisasi atau *tas'ir* (penetapan harga) guna menjaga kemaslahatan umum (*Maslahah 'ammah*), terutama apabila mekanisme pasar tidak berjalan secara adil konsumen berada pada pihak yang dirugikan.¹¹¹ Oleh sebab itu, pemerintah Aceh Besar perlu mengambil kebijakan yang konkret berupa peraturan yang mewajibkan setiap pelaku usaha di kawasan Pantai Lampuuk mencantumkan daftar harga secara terbuka dan jelas di tempat usahanya. Kebijakan tersebut sejalan dengan prinsip-prinsip *saman* dalam Islam yang harus menekankan bahwa setiap transaksi jual beli harus didasarkan

¹⁰⁹ Hasil wawancara dengan Dedi Hidayat, pemilik warung, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

¹¹⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹¹¹ Wahbah az-zuhaili, *Al-Fiqh al-islami wa adillatuh*, Jilid IV, Cet. Ke-10 (Damaskus: Dar al-Fikr, 2019), hlm. 444.

dengan kejelasan harga, kerelaan kedua belah pihak, serta keadilan pihak yang terlibat.



BAB EMPAT PENUTUP

Bab terakhir ini merupakan konklusi dari pembahasan bab-bab sebelumnya yang memuat tentang Kesimpulan dan saran yang didasarkan dari rumusan masalah penelitian. Adapun Kesimpulan dan saran dari kajian ini akan di paparkan dalam sub-sub di bawah ini:

A. Kesimpulan

1. Pihak manajemen kafe dan warung makan di Pantai Lampuuk tidak terbuka dan transparan dalam menetapkan harga produk makanan dan minuman disebabkan oleh beberapa faktor. *Pertama*, penetapan harga sebagian besar masih dilakukan secara individual dan parsial oleh masing-masing pedagang. *Kedua*, aktivitas perdagangan yang bersifat musiman dan hanya berlangsung pada hari-hari tertentu. *Ketiga*, ketidakstabilan harga bahan baku membuat pelaku usaha enggan mencantumkan daftar harga secara tertulis dan lebih memilih menyampaikan harga secara lisan.
2. Respon konsumen terhadap harga yang ditetapkan pemilik kafe dan warung setelah makanan dan minuman dipesan dan dikonsumsi bersifat beragam. Sebagian konsumen menilai harga yang dibayarkan masih tergolong wajar dan sepadan dengan porsi serta kualitas produk yang diterima. Namun, sebagian konsumen lain merasa keberatan karena harga yang dikenakan dinilai terlalu tinggi dibandingkan dengan harga di warung non-wisata. Keluhan yang paling banyak dikemukakan konsumen adalah ketiadaan daftar harga yang dipasang secara terbuka. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketidakpastian harga berdampak langsung pada menurunnya tingkat kepercayaan dan kenyamanan konsumen terhadap pelaku usaha di kawasan wisata Pantai Lampuuk.

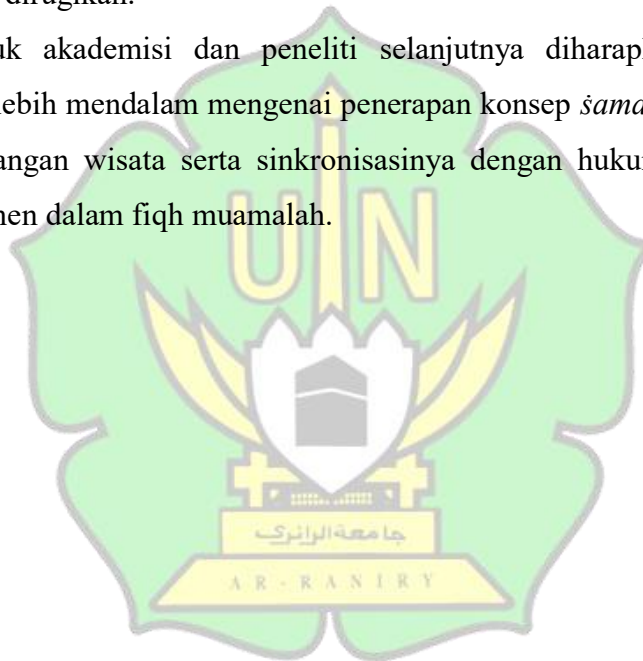
3. Upaya perlindungan hukum yang dapat diterapkan terhadap konsumen menurut konsep *saman* dilakukan dengan mengembalikan praktik penetapan harga pada syarat-syarat *saman* dalam akad *bai' musawwamah*, yaitu harga harus diketahui secara jelas (*ma'lūm*), disepakati atas dasar kerelaan kedua belah pihak (*tarāḍhin*), dan terhindar dari unsur *gharar* maupun *jahālah* (ketidaktahuan). Wujud nyata perlindungan tersebut meliputi kewajiban pelaku usaha mencantumkan daftar harga secara tertulis dan mudah dibaca. Dengan terpenuhinya syarat-syarat *saman* tersebut, transaksi jual beli makanan dan minuman di kawasan Pantai Lampuuk dapat berlangsung secara adil, transparan, dan memberikan kepastian hukum bagi konsumen.

B. Saran

Dari penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan di atas, ada beberapa saran yang diharapkan akan menjadi masukan dan bermanfaat bagi seluruh pihak, antara lain sebagai berikut:

1. Pemerintah Kabupaten Aceh Besar disarankan untuk menyusun Qanun Kabupaten Aceh Besar atau paling tidak Peraturan Bupati yang secara khusus mengatur perlindungan konsumen di kawasan wisata, terutama mengenai kewajiban pencantuman harga makanan dan minuman secara terbuka pada setiap tempat usaha. Regulasi tersebut perlu memuat standar pencantuman daftar harga, kewajiban pelaku usaha memberikan informasi harga sebelum transaksi, mekanisme pengawasan, serta sanksi administratif berupa teguran tertulis, pembinaan, pembekuan sementara, hingga pencabutan izin usaha bagi pelaku usaha yang berulang kali melanggar ketentuan tersebut. Dengan adanya regulasi yang lebih spesifik, kepastian hukum bagi konsumen dan pelaku usaha di kawasan wisata Pantai Lampuuk akan lebih terjamin.
2. Pelaku usaha di kawasan Pantai Lampuuk hendaknya menerapkan prinsip *saman* dengan mencantumkan daftar harga yang mudah dilihat

- konsumen sebelum transaksi berlangsung, memberikan informasi harga secara jujur dan transparan, serta menghindari perubahan harga secara sepihak agar tercipta transaksi yang adil, memberikan kepastian hukum, dan meningkatkan kepercayaan wisatawan.
3. Bagi Konsumen diharapkan lebih proaktif memahami hak-haknya terutama hak memperoleh informasi harga yang jelas dan jujur. Konsumen juga disarankan menanyakan harga sebelum melaporkan praktik harga yang tidak transparan kepada pihak berwenang apabila merasa dirugikan.
 4. Teruntuk akademisi dan peneliti selanjutnya diharapkan melakukan kajian lebih mendalam mengenai penerapan konsep *saman* dalam praktik perdagangan wisata serta sinkronisasinya dengan hukum perlindungan konsumen dalam fiqh muamalah.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manan Ismail, *Maslahah dalam Penetapan Harga Barang, Journal Of Fatwa Management and Research*, Vol. 5 No 1 2026.
- Abdullah bin Nuh, *Prinsip Muamalah dalam Ekonomi Islam*, Bandung: Pustaka Al-Kausar, 2019.
- Abdurrahman al-Jazīrī, *Al-Fiqh ‘alā al-Mazāhib al-Arba‘ah*, Jilid II, Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 2003.
- Abu Abdillah Muhammad bin Ahmad al-Ansari Al-Qurtubi, *Al-Jami’ li Ahkam Al-Qur’an*, Juz II, Beirut: Dar al-kutub al ‘ilmiyyah, 2006.
- Ahmad Hasan Ridwan, *Fiqh Muamalah Kontemporer: Teori dan Praktik*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2021.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajawali Pers, 2022.
- Al-Qurtubi, *Al-Jami’ li Ahkam Al-Quran*, Juz III, Beirut: Mu’assah Al-Risalah, 2020.
- Amrisyah Mutoi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perbedaan Harga Pada Label Rak Barang Dengan Nota Pembayaran (Studi Penelitian di Suzuya Lhokseumawe. Skripsi*, Lhokseumawe: Fakultas Hukum, Universitas Malikussaleh, 2024.
- Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merk*, Yogyakarta: Qiara Media, 2019.
- Anis Padang Lawas, “Jual Beli dalam Islam” *Journal Analisis Niaga dan Ilmu sosial* 1, No. 2 2025.
- Arum Indiharwati et al., “Gharar dalam Akad Jual Beli Perspektif Mazhab Hanafi,” *Al-Iktisab: Journal of Islamic Economic Law*, Vol. 9 No. 2, 2025.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syari’ah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2020.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Besar, *Aceh Besar dalam Angka 2023*, Aceh Besar: BPS, 2023.
- Cindy anggreni, “Analisis Harga Adil Pada Pasar Sempurna,” *Journal of Sharia Economics*, Vol. 4, No. 2 2024.
- Della Adelia dkk, “Mekanisme Pasar untuk Mencapai Keseimbangan Pasar Dalam Sistem Ekonomi Islam”, *Etnik: Jurnal Ekonomi - Teknik*, Vol. 2 Issue No 1 2023.

- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, Profil Destinasi wisata Aceh, *Profil Destinasi Wisata Aceh*, Banda Aceh: Disbudpar Aceh, 2022.
- Dy. Siti Jumiati & Sisi Amalia, “Penetapan Harga Oleh Pemerintah Dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam”, *Prosiding Seminar Nasional Program Studi Ekonomi Islam*, Vol. 1, 2023.
- Euis Amalia, “Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syari’ah*, Vol. 2 No. 1, 2010.
- Fitra Analia dkk, “Mekanisme Penetapan Harga Yang Adil Dalam Ekonomi Syari’ah”, *Journal of Economic, Public, and Accounting JEPA*, Vol. 5 No. 2 April 2023.
- Ibnu Qudamah, *Al-Mughni*, Juz IV, Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyyah, cet. revisi 2020.
- Ibnu Qudamah, *Al-Mughni*, Riyadh: Dar’Alam al-kutub, 1997, Juz VI.
- Jamaluddin dkk, “Penetapan Harga dalam Jual Beli Perspektif Fikih Muamalah Studi Komparasi Mazhab Maliki dan Mazhab Syafii”, *Al-khiyar: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam*, Vol. 3 No 1, 2023
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Profil Destinasi Wisata Pantai Lampuuk, <https://sisparnas.kemenparekraf.go.id/p/37013>, diakses pada tanggal 28 Januari 2026.
- Kemuning, Linggar Sekar, Teguh Budi Raharjo, dan Aminul Fajri. 2024. “*Production, Promotion, and Operational Costs and Their Effects on Profitability: Indonesian Food and Beverage Sector Analysis.*” Atestasi: *Jurnal Ilmiah akuntansi* 8, No. 2 2024.
- Luki Fikri, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pengawasan Pasar dan Perlindungan Konsumen dalam Stabilitas Harga Studi pada Satuan Tugas Pangan Polda Lampung, *Skripsi*, Lampung: Fakultas Syari’ah, UIN Raden Intan Lampung, 2023.
- M. Faisal Abdullah, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Malang: UMM Press, 2021.
- Mahmud Effendi, *Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2020.
- Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Michelle Gracella dan Sufiyati, “Metode Penetapan Harga Jual Berdasarkan Biaya Produksi dalam Bisnis Minuman Soda FizzyFun,” *Jurnal Serina Abdimas*, Vol. 2, No. 1 2024.

- Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance: Keuangan Syari'ah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Muhammad Taqi Usmani, *An Introduction to Islamic Finance*, Karachi: Maktaba Ma'arifur Qur'an, 2021.
- Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Muhammad, Abdul Wahid. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: kencana, 2011.
- Muthia Azzahra et al., "Bai' Majhuk Ats-Tsaman dalam Perspektif Mazhab Syafi'i," *Hikmah: Journal of Islamic Studies*, Vol. 4 No. 1, 2025.
- Nandang Ihwanudin, *Etika Bisnis Dalam Islam Teori dan Aplikasi*, Jawa Barat: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022.
- Nurul Hidayah Tumadi, *Teori Dasar Fiqh Muamalah: Hukum-Hukum Kontrak dalam Islam*, Cet. Ke-1 Yogyakarta: Deepublish, 2023.
- Nurul Huda,dkk, "Konsep Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, Vol. 6, No. 2 2014.
- Nuzulliah Rahmah, Asmuni, "Harta Benda *Al-Māl* dalam Fiqh Muamalah," *Jurnal Ekonomi Syari'ah*.
- Oni Sahroni dan Adiwarmarman A. Karim, *Maslahah dan Inovasi Produk Keuangan Syari'ah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2019.
- Putri, Zainuddin, & Latifah, "Menganalisis Mekanisme Pasar Dalam Islam," *Jurnal Prnrelitian Ilmiah Multidisipliner*, Vol. 1 No. 4 2025.
- R. Hidayat, "Mekanisme Pasar dalam Pembentukan Harga," *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 5 No. 2, 2021.
- R. Serfianto D. Purnomo, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jasa," *Jurnal hukum & Pembangunan*, Vol. 51 No. 2, 2021.
- Rachmad Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2000.
- Rahmawati, "Transparansi Harga dalam Jual Beli Perspektif Mazhab Hanafi," *Al-Iktisab: Journall of Islamic Economic Law*, Vol. 9 No. 1, 2024.
- Sadono Sukirno, *Microekonomi: Teori Pengantar, Edisi Ketiga* Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Safrizal, "Sistem Perlindungan Konsumen Pada Produk Makanan dan Minuman Impor di Banda Aceh dalam Perspektif Hukum Islam Studi Tentang

- Label Halal dan Ingredients pada Kemasan”, *Skripsi*, Banda Aceh: Fakultas Syari’ah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, 2021.
- Safwan dan Benazir, “Konsep Kerelaan dalam Akad Jual Beli Perspektif Hukum Islam,” *Jurnal Tsaqafah*, Vol. 18, No. 2 2022.
- Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2005.
- Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah Jilid XI*, terjemahan H. Kamaluddin A. Marzuki, Bandung: PT. Al-Ma’rif, 1987.
- Siti Nurhayati & Wasilah Abdullah, *Akuntansi Syari’ah di Indonesia*, Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat, 2022.
- Siti Nurhayati, “Prinsip Keadilan dalam Penetapan Harga Perspektif Fiqh Muamalah,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syari’ah*, Vol. 4, No. 2 2022.
- Siti Zulaikha, “Mekanisme Pasar dan Intervensi Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syaria’h*, Vol. 6 No. 1, 2022.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suharmi Arikundo, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2022.
- Tan Nathalia, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen Online Terkait Penampilan Produk Makanan Diterima Tidak sesuai dengan yang Ditawarkan dalam Aplikasi”, *Jurnal Hukum Non Diskriminatif*, Vol. 1, No. 2, Januari 2023.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*, Yogyakarta: Andi Offset, 2020.
- Undang-Undang Nomor 8 tentang *Pelindungan Konsumen*.
- Wahbah al-Zuhaily, *Al- Fiqh Al-islami wa Adillatuh*, jilid IV, Damaskus: Dar al-Fikr, 2018.
- YLKI, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 2015.
- Yuhelson, *Pengantar Ilmu Hukum*, Ideas Publishing, Desember 2017.

HASIL WAWANCARA

Hasil wawancara dengan Aisyah, Konsumen warung Merah Putih, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

Hasil wawancara dengan Annisa, pemilik warung, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

Hasil wawancara dengan Dedi Hidayat, pemilik warung, pada tanggal 16 Juni 2025, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

Hasil wawancara dengan Faras, Konsumen kafe Jitra, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

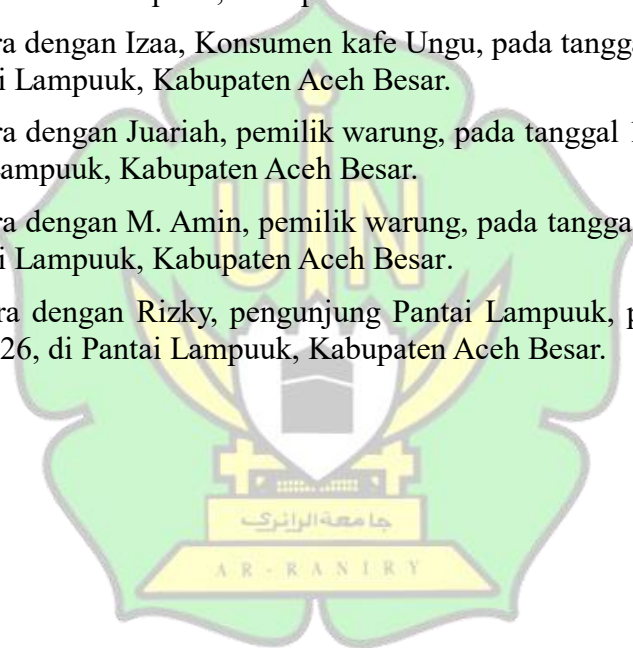
Hasil wawancara dengan Humaira, Konsumen kafe Adley, pada tanggal 26 April 2025, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

Hasil wawancara dengan Izaa, Konsumen kafe Ungu, pada tanggal 12 Juni 2025, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

Hasil wawancara dengan Juariah, pemilik warung, pada tanggal 12 Juni 2025, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

Hasil wawancara dengan M. Amin, pemilik warung, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.

Hasil wawancara dengan Rizky, pengunjung Pantai Lampuuk, pada tanggal 26 April 2026, di Pantai Lampuuk, Kabupaten Aceh Besar.



LAMPIRAN

Lampiran 1: Sk Penetapan Pembimbing Skripsi



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: 4529/Un.08/FSH/PP.00.9/09/2025

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR MAHASISWA

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan KKU Skripsi pada Fakultas Syariah dan Hukum, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing KKU Tugas Akhir tersebut;
- b. Bahwa yang namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing KKU Tugas Akhir.
- c. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan keputusan Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 04 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri IAIN Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri;
7. Keputusan Menteri Agama 492 Tahun 2003 tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS dilingkungan Departemen Agama RI;
8. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
10. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015 tentang Pemberi Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur Program Pasca Sarjana dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH TENTANG BIMBINGAN TUGAS AKHIR
- KESATU : Menunjuk Saudara (i):
- a. Prof. Dr. Muhammad Maulana, M.Ag Sebagai Pembimbing I
- b. Shabarullah, M.H Sebagai Pembimbing II
- untuk membimbing KKU Skripsi Mahasiswa (i):
- Nama : Irsalia Hauna
- NIM : 220102196
- Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
- Judul : Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Ketidakpastian Harga Pada Produk Makanan dan Minuman di Pantai Lampuuk Menurut Konsep Tsaman
- KEDUA : Kepada pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- KETIGA : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2025;
- KEEMPAT : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.
- Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Banda Aceh
pada tanggal 24 September 2025
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM,


KAMARUZZAMAN

Tembusan:

1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;

Lampiran 2: Surat Permohonan Melakukan Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh Telp/Fax. : 0651-752921

Nomor : 1166/Un.08/FSH.I/PP.00.9/04/2026

Lamp : -

Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada Yth,

Kawasan Pantai Lampuuk

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

NIM : 220102196

Nama : IRSALIA HAUNA

Program Studi/Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Alamat : Km.shaleh Bineh Blang Mns.karieng

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS KETIDAKPASTIAN HARGA PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN DI PANTAI LAMPUK MENURUT KONSEP ?AMAN**

Banda Aceh, 16 April 2026

An. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan



Hasnul Arifin Melayu, M.A., Ph.D.

NIP. 197111251997031002

Berlaku sampai : 30 Juni 2026

Lampiran 3: Protokol Wawancara

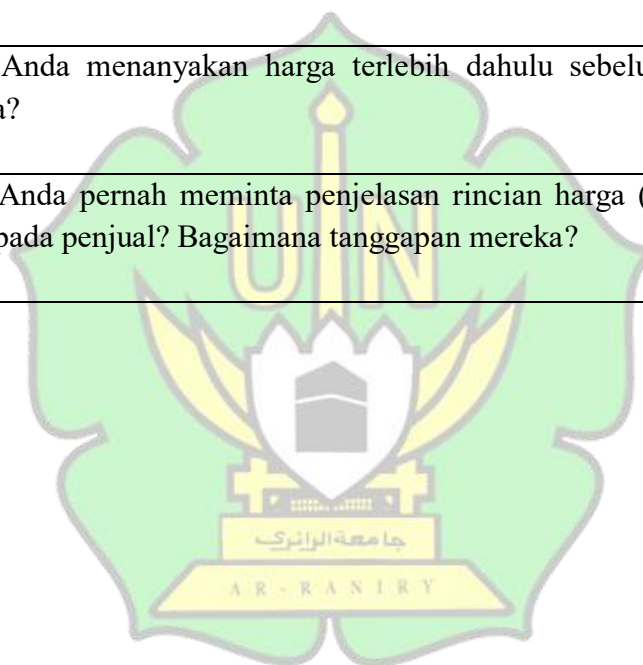
Judul Skripsi : Analisis Perlindungan Hukum Atas Ketidakpastian Harga Pada Produk Makanan dan Minuman di Pantai Lampuuk Menurut Konsep *Saman*

Pihak yang diwawancarai : Dedi Hidayat Selaku Pemilik Warung, Juariah Selaku Pemilik Warung, M. Amin Selaku Pemilik warung, dan Annisa Selaku pemilik Warung Humaira Selaku Konsumen/Pengunjung Salah Satu warung, Faras Selaku Konsumen/Pengunjung Salah Satu Warung.

No.	Daftar Pertanyaan Wawancara
1.	Bagaimana proses kegiatan jual beli yang biasanya berlangsung di warung ini, mulai dari saat konsumen datang dan memesan makanan atau minuman, hingga akhirnya melakukan pembayaran? Jika berkenan, bisa diceritakan juga bagaimana alur pelayanannya sehari-hari agar konsumen merasa nyaman?
2.	Apakah di warung bapak dan ibu menjual makanan dan minuman? Jenis minuman dan makanan apa saja yang bapak/ibu jual di sini?
3.	Apakah bapak/ibu pernah mengalami situasi di mana konsumen merasa keberatan atau komplain terhadap harga yang diberikan? Jika pernah, bagaimana bapak/ibu menyikapi dan menyelesaikan permasalahan tersebut?
4.	Bagaimana cara bapak/ibu menentukan harga makanan dan minuman di sini? Apakah minuman buatan manual dan sachet sama harganya? Apakah harga yang berlaku di warung ini didasarkan dari harga yang berlaku di seluruh wilayah Pantai yang menjadi Lokasi wisata?
5.	Apakah pernah ada komunikasi, kesepakatan, atau kebiasaan tidak tertulis antar sesama pelaku usaha terkait penentuan harga agar tidak terlalu berbeda satu sama lain?

6.	Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan sosialisasi atau arahan dari pemerintah daerah atau pengelola wisata terkait kewajiban keterbukaan harga kepada konsumen? Jika pernah, bagaimana tanggapan bapak/ibu terhadap hal tersebut?
7.	Bagaimana pendapat bapak/ibu jika ke depan diberlakukan aturan yang mewajibkan setiap warung atau kafe untuk mencantumkan harga secara jelas dan terbuka? Apakah bapak/ibu setuju atau keberatan, dan apa alasannya?
8.	Menurut pengalaman Bapak/Ibu selama menjalankan usaha, bagaimana biasanya respon atau reaksi konsumen setelah mereka selesai mengonsumsi makanan dan minuman, khususnya ketika mereka mengetahui total harga yang harus dibayarkan? Apakah mereka cenderung menerima dengan baik atau justru menunjukkan keberatan?
9.	Apakah sebagian besar konsumen biasanya sudah mengetahui kisaran harga sebelum memesan, atau justru baru mengetahuinya setelah selesai makan/minum?
10.	Bagaimana cara konsumen biasanya menyampaikan ketidakpuasan mereka terhadap harga, apakah secara langsung atau bagaimana tanggapan konsumen?
11.	Bagaimana cara konsumen biasanya menyampaikan ketidakpuasan mereka terhadap harga, apakah secara langsung atau bagaimana tanggapan konsumen?
12.	Apakah transparansi informasi harga sebelum konsumen melakukan pemesanan dapat mempengaruhi respon mereka setelah mengonsumsi makanan dan minuman? Bisa dijelaskan berdasarkan pengalaman yang pernah terjadi di warung ini?
13.	Bagaimana cara terbaik agar konsumen tetap merasa nyaman dan puas terkait harga setelah menikmati makanan dan minuman di sini?

14.	Berdasarkan pengalaman Anda saat membeli makanan atau minuman di warung atau kafe di Pantai Lampuuk, bagaimana cara pelaku usaha menyampaikan informasi harga kepada Anda, dan apakah menurut Anda cara tersebut sudah cukup terbuka dan jelas?
15.	Bagaimana perasaan Anda ketika harus membeli tanpa mengetahui harga secara pasti terlebih dahulu, dan apakah hal tersebut mempengaruhi kepercayaan Anda terhadap pelaku usaha di tempat ini?
16.	seberapa penting keterbukaan atau transparansi harga bagi konsumen saat membeli makanan dan minuman? Bisa dijelaskan alasannya?
17.	Apakah Anda menanyakan harga terlebih dahulu sebelum membeli? Mengapa?
18.	Apakah Anda pernah meminta penjelasan rincian harga (misalnya per item) kepada penjual? Bagaimana tanggapan mereka?



Lampiran 4: Dokumen Wawancara



Wawancara dengan Dedi Hidayat sebagai Pemilik warung Jitra di Pantai Lampuuk Kecamatan Lhoknga



Wawancara dengan salah satu pengunjung di Warung Jitra di Pantai Lampuuk Kecamatan Lhoknga



Wawancara dengan Juariah pemilik Warung Café Ungu di Pantai Lampuuk,
Kecamatan Lhoknga



Wawancara dengan M.Amin Sebagai Pemilik Warung di Pantai Lampuuk
Kecamatan Lhoknga



Wawancara dengan Faras Sebagai salah satu konsumen di Pantai Lampuuk,
Kecamatan Lhoknga



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Irsalia Hauna
Nim	: 220102196
Tempat/Tanggal Lahir	: Lamihom, 06 Juli 2004
Jenis Kelamin	: Perempuan
Pekerjaan	: Mahasiswa
Agama	: Islam
Status	: Belum Nikah
Kebangsaan/Suku	: Indonesia
Alamat	: Jalan km. Shaleh, Meunasah Karieng Kemungkiman Lamihom, Kecamatan Lhoknga, Kabupaten Aceh Besar
Orang Tua	
Nama Ayah	: (Alm)Thamren
Nama Ibu	: Hasniar
Alamat	: Jalan km. Shaleh, Meunasah Karieng Kemungkiman Lamihom, Kecamatan Lhoknga, Kabupaten Aceh Besar.
Pendidikan	
SD/MI	: MIN 36 Aceh Besar
SMP/MTs	: MTsN 3 Aceh Besar
SMA/MA	: SMA Negeri 1 Lhoknga
Perguruan Tinggi	: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya agar dapat
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banda Aceh, 21 Juli 2026
Penulis,

Irsalia Hauna
NIM. 220102196