

**PENETAPAN HARGA PROMOSI PENJUALAN
TIKET SISTEM ONLINE DALAM
TINJAUAN HUKUM ISLAM
(Studi pada PT. Garuda Indonesia Tanjung Karang Bandar
Lampung)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-
syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu Hukum
Ekonomi Syariah**

Oleh:

M. PUTRA SAI HELAU

NPM: 1721030275



Program Studi: Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

**FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1444 H/2023 M**

**PENETAPAN HARGA PROMOSI PENJUALAN
TIKET SISTEM ONLINE DALAM
TINJAUAN HUKUM ISLAM
(Studi pada PT. Garuda Indonesia Tanjung Karang Bandar
Lampung)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-
syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu Hukum
Ekonomi Syariah**

Oleh:

M. PUTRA SAI HELAU

NPM: 1721030275

Program Studi: Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Pembimbing I : Dr. Hj. Nurnazli, S.H, S.Ag., M.H.

Pembimbing II: Marwin, SH.,MH.

**FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1444 H/2023 M**

ABSTRAK

Pada era globalisasi kebutuhan masyarakat akan transportasi terus meningkat. Salah satu moda transportasi yang banyak diminati masyarakat adalah moda transportasi penerbangan, sehingga berbagai program promosi turut diterapkan oleh perusahaan jasa penerbangan, salah satunya oleh PT Garuda Indonesia. Dengan menerapkan program tiket promosi melalui sistem online, PT Garuda Indonesia berusaha dapat memenuhi kebutuhan akan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Akan tetapi karena masyarakat Indonesia merupakan mayoritas muslim maka perlu adanya pengkajian terhadap program-program terkait muamalah. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam skripsi ini adalah: 1) bagaimanana penetapan harga promosi dalam penjualan tiket online pada PT. Garuda Indonesia Tanjung Karang Bandar Lampung?; 2) bagaimana pandangan hukum Islam terhadap penetapan harga promosi dalam penjualan tiket online pada PT Garuda Indonesia Tanjung Karang Bandar Lampung? Adapun tujuan dari skripsi ini adalah: 1) untuk mengetahui penetapan harga promosi tiket sistem online pada PT. Garuda Indonesia, Tanjung Karang, Bandar Lampung; 2) untuk mengetahui pandangan hukum Islam dalam penetapan harga promosi penjualan tiket sistem online pada PT. Garuda Indonesia, Tanjung Karang, Bandar Lampung. Penelitian dalam skripsi ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu; wawancara dan dokumentasi. Data-data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan deskriptif guna menjelaskan keseluruhan proses penetapan harga promosi tiket sistem online pada PT. Garuda Indonesia Tanjung Karang Bandar Lampung. Hasil dari penelitian ini, diketahui bahwa: 1) penetapan harga promosi tiket sistem online pada PT Garuda Indonesia Tanjung Karang Bandar Lampung dipertimbangkan dan diputuskan oleh PT Garuda Indonesia pusat di Jakarta. 2) pandangan hukum Islam terhadap penetapan harga promosi dalam penjualan tiket online pada PT Garuda Indonesia telah sesuai dengan kaidah syari'ah yang berlaku, sehingga dapat disebut sebagai halal dan aman.

Kata Kunci: Penetapan Harga Promo, Tiket Online, PT Garuda Indonesia

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : M. PUTRA SAI HELAU
NPM : 1721030275
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Fakultas : Syariah

Maka dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online Dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi pada PT. Garuda Indonesia Tanjung Karang Bandar Lampung)”** adalah hasil karya yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak mengisih materi yang dipublikasi atau ditulis oleh orang lain kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Bandar Lampung, 01 Maret 2023
Yang menyatakan,



M. Putra Sai Helau
NPM. 1721030275



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH**

Alamat: Jl. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, 35131, Telp. (0721)703260

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : PENETAPAN HARGA PROMOSI
PENJUALAN TIKET SISTEM ONLINE
DALAM TINJAUAN HUKUM ISLAM
(Studi pada PT. Garuda Indonesia Tanjung
Karang Bandar Lampung)**

Nama Mahasiswa : M. Putra Sai Helau
NPM : 1721030275
Program Studi : Hukum Ekonom Syariah (Muamalah)
Fakultas : Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah
Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Dr. Hj. Nurnazli, S.H., S.Ag., M.H
NIP. 197111061998032005

Pembimbing II

Marwin, S.H., M.H.
NIP. 197501292000031001

Mengetahui

Ketua Program Studi Hukum Ekonom Syariah (Muamalah)

Khoiruddin, M.S.I.
NIP. 197807252009121002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH**

Alamat: Jl. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, 35131 Telp. (0721)703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi pada PT. Garuda Indonesia, Tanjung Karang, Bandar Lampung)”** ditulis oleh **M. Putra Sai Helau, NPM 1721030275, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)** telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada hari/tanggal: **Senin, 26 Juni 2023**

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua : Agustina Nurhayati, S.Ag, M.H. (.....)

Sekretaris : Iip Nurul Topani, S.H., M.H. (.....)

Penguji I : Dr. Mohammad Yasir Fauzi, S.Ag., M.H. (.....)

Penguji II : Dr. Hj. Nurnazli, S.H., S.Ag., M.H. (.....)

Penguji III : Marwin, S.H., M.H (.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Syariah



Endiah Nur, M.H.

NIP. 196908081993032002

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِأَسْوَأِ طَرِيقٍ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَ
ضٍ مِّنكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

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

(QS. An-Nisa' 4: Ayat 29)



PERSEMBAHAN

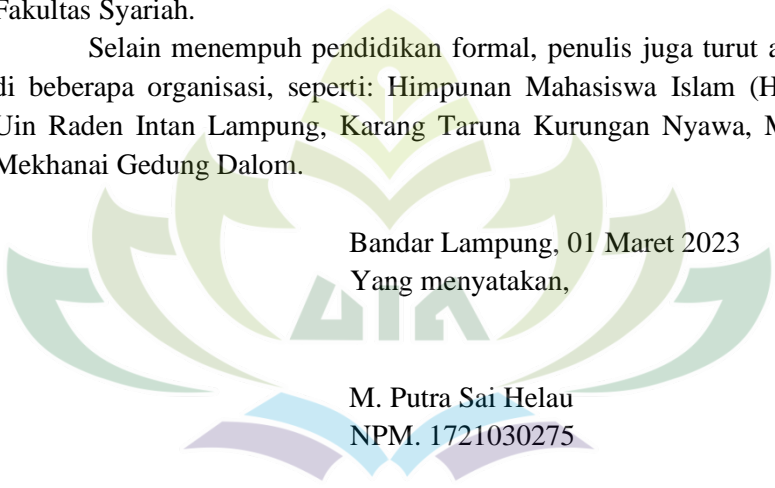
Alhamdulillahirobbil 'Alamin. Dengan menyebut nama Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, Maha Pengasih, lagi Maha Penyayang. Sujud syukur kepada Allah SWT. karena berkat karunia serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Bapak H. M. Syaifullah S. A.g M. Kom.I (Alm) dan Ibu Helmawati S A.g yang selalu memberikan dukungan baik moril dan materil, motivasi, semangat, serta do'a yang dihaturkan dalam setiap sujudnya, demi mendorong saya agar menjadi pribadi yang dapat bermanfaat bagi umat.
2. Orang Istimewa yaitu kedua Orang Tua dan Orang yang terlibat sahabat - sahabat saya Aldi Asmara, Angga Pranada, Aldi Fitriansyah, Berli Octori, Ajitia Armanda, Merinda Azahra, Nanda Ayu Darozah, Adinata Firmando, Panca Habibulah, Novi Yulianti, Rustom Nawawi, Widya Santika Putri.
3. Almamater, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang saya banggakan, karena telah membuka wawasan saya serta memberikan bekal guna menjalankan tugas pengabdian pada masyarakat.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama M. Putra Sai Helau, lahir di Tanjung Karang, 05 November 1999 Penulis merupakan putra ke-1 dari 3 bersaudara, dari pasangan Bapak H. M. Syaifullah S. A.g M. Kom.I (Alm) dan Ibu Helmawati S A.g Pendidikan formal yang penulis tempuh dimulai dari SD Negeri 1 Perumnas Way Halim Bandar Lampung dan lulus tahun 2011, kemudian meneruskan di SMP Negeri 13 Bandar Lampung dan lulus tahun 2014, lalu di SMK Negeri 8 Bandar Lampung dan lulus tahun 2017, selanjutnya meneruskan pendidikan di perguruan tinggi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung dengan mengambil program studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) di Fakultas Syariah.

Selain menempuh pendidikan formal, penulis juga turut aktif di beberapa organisasi, seperti: Himpunan Mahasiswa Islam (HmI) Uin Raden Intan Lampung, Karang Taruna Kurungan Nyawa, Muli Mekhanai Gedung Dalam.



Bandar Lampung, 01 Maret 2023
Yang menyatakan,

M. Putra Sai Helau
NPM. 1721030275

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis bisa menyelesaikan karya ilmiah/skripsi ini guna memenuhi syarat dalam meraih gelar Sarjana Hukum (S.H.) di Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung. Sholawat serta salam selalu dihaturkan kepada Nabi Muhammad SAW, karena atas keteladanannya, menjadi inspirasi bagi penulis untuk terus giat menuntut ilmu serta selalu berusaha untuk menjadi pribadi yang bermanfaat bagi umat.

Dalam penulisan skripsi yang berjudul “Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online Dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi pada PT. Garuda Indonesia, Tanjung Karang, Bandar Lampung)”, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak mengandung kekurangan baik dari segi kepenulisan maupun muatan isi. Oleh karena itu, berbagai kritik dan saran sangat penulis harapkan guna tercapainya kesempurnaan bagi karya ilmiah yang akan penulis hasilkan di kemudian hari. Selama penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, maka dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Wan Jamaluddin, Ph.D. selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung.
2. Dr. Efa Rodiah Nur, M.H. selaku Dekan Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung serta para jajaran yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
3. Khoiruddin, M.S.I selaku Ketua Program Studi dan Susi Nur Kholidah, M.H. selaku Sekretaris Program Studi pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah di Syariah UIN Raden Intan Lampung.
4. Dr. Hj. Nurnazli, S.H, S.Ag., M.H. selaku Pembimbing I dan Marwin, S.H., M.H. selaku Pembimbing II, yang telah dengan sabar membimbing serta memberi arahan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Fakultas Syariah yang telah membuka wawasan penulis.
6. Pimpinan dan Petugas di Perpustakaan Pusat Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung serta Perpustakaan Fakultas Syariah yang telah menyediakan fasilitas buku referensi bagi penulisan skripsi ini.
7. Pimpinan serta jajaran di PT. Garuda Indonesia, Tanjung Karang, Bandar Lampung, yang telah membantu proses pengumpulan data dalam skripsi ini.

Bandar Lampung, 01 Maret 2023
Yang menyatakan,

M. Putra Sai Helau
NPM. 1721030275



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang	2
C. Fokus Penelitian	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	5
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	5
H. Metode Penelitian	8
I. Sistematika Pembahasan	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Definisi dan Dasar Hukum Jual Beli	17
B. Penetapan Harga dalam Tinjauan Hukum Islam	18
C. Dimensi Promosi dan Penjualan Terhadap Produk dan Jasa	23
D. Mekanisme Penerapan Tiket Sistem Online	27
E. Peraturan Penetapan Harga Tiket	32
F. Hukum Islam Tentang Penjualan Tiket Online	43

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Garuda Indonesia	51
B. Promosi dan Tawaran Tiket Online PT Garuda Indonesia	64
C. Profil PT Garuda Indonesia Cabang Bandar Lampung	73
D. Pengelolaan Layanan dan Tanggapan Konsumen	77

BAB IV ANALISIS PENELITIAN

A. Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online di PT Garuda Indonesia 83

B. Analisis Hukum Islam terhadap Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online di PT Garuda Indonesia 86

BAB V PENUTUP

A. Simpulan 91

B. Rekomendasi..... 92

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Jumlah Armada Pesawat Garuda Indonesia	51
3.2 Jumlah Armada Pesawat Citilink	52
3.3 Entitas Anak PT Garuda Indonesia	55



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Tanya-Jawab dengan General Manager PT Garuda Indonesia Grand Office Lampung
2. Foto Dokumentasi Penelitian di PT Garuda Indonesia Kantor Penjualan Tanjung Karang Bandar Lampung



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis mengadakan pembahasan lebih lanjut tentang penulisan judul skripsi ini, untuk menghindari berbagai penafsiran terhadap makna judul, maka penulis akan menjelaskan beberapa istilah yang terkandung dalam judul penelitian ini. Penelitian yang akan dilakukan ini berjudul: **Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online Dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi pada PT. Garuda Indonesia, Tanjung Karang, Bandar Lampung)** berikut istilah yang akan dibahas ialah:

1. **Harga** adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.¹
2. **Promosi** adalah upaya membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan.²
3. **Penjualan** adalah sebuah transaksi pendapatan barang atau jasa yang dikirim pelanggan untuk imbalan kas suatu kewajiban untuk membayar.³
4. **Tiket** adalah dokumen berbentuk cetak, melalui proses elektronik, atau bentuk lainnya, yang merupakan salah satu alat bukti adanya perjanjian angkutan udara antara penumpang dan pengangkut, dan hak penumpang untuk menggunakan pesawat udara atau diangkut dengan pesawat udara.⁴

¹ Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 188.

² Ibid.,

³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2014), 274.

⁴ Ibid., 275.

5. **Hukum Islam** adalah seperangkat peraturan berdasarkan wahyu Allah dan berdasarkan pula *Sunnah* Rasul mengenai tingkah laku manusia *mukallaf* yang diakui dan diyakini berlaku dan mengikat untuk umat yang beragama Islam. Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa Hukum Islam dimaksudkan sebagai peraturan yang diperuntukan bagi umat Islam karena merupakan peraturan yang berasal dari Allah SWT.⁵

Maka judul yang penulis ambil dimaksudkan untuk meninjau tentang bagaimana praktik dan penentuan jumlah uang yang dibebankan untuk membujuk pelanggan dapat sesuai atau tidak dengan hukum peraturan yang diperuntukan untuk umat Islam, sehingga proses yang dijalani sesuai dengan kaidah Islam dan transaksi penjualan dapat dilakukan dengan baik.

B. Latar Belakang Masalah

Aplikasi perangkat lunak komputer dan internet telah berkembang pesat pada dasawarsa ini, demikian pula dengan aplikasi web dan browser internet maupun intranet. Peran teknologi internet sangat banyak sehingga dapat memfasilitasi kebutuhan manusia akan informasi, hal ini akan memberi pengaruh langsung maupun tidak langsung oleh individu, badan usaha atau organisasi, baik itu dari segi manajemen maupun pemasaran dan layanan informasi yang dapat diberikan.⁶

Era globalisasi informasi merupakan faktor yang paling menentukan untuk memenangkan persaingan di segala bidang. Kecepatan memperoleh informasi adalah senjata utama bagi kemajuan suatu badan usaha maupun individu. Informasi yang berkualitas harus akurat, tepat pada waktunya, jelas dan relevan.

⁵ Islam Muhammad Syah, *Filsafat Hukum Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 1999), 17.

⁶ Rina Puspita Dewi, *Aplikasi Perangkat Lunak Presentasi Dan Pengelolaan Data* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 99.

Aspek dari pemesanan tiket secara online ini merupakan salah satu bagian yang penting dari pemasaran.⁷

Apabila dapat meningkatkan penjualan dengan cara ini akan memberikan dampak positif bagi kemajuan usaha-usaha kecil di masa datang. Namun sebaliknya saat terjadi penurunan pada penjualan juga akan berdampak negatif untuk kemajuan perusahaan.

Untuk meningkatkan penjualan, ada pembagian pasar dalam segmen-segmen tertentu tentang pembeli yang menginginkan sesuatu perlu dicermati. Pembeli mempunyai respek yang berbeda dalam hal keinginan dan kebutuhan, sumber daya, lokasi geografi dan minat sehingga dituntut analisis penjualan layanan-layanan yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan.⁸

Salah satu aspek keunggulan yang harus dibangun adalah pengelolaan sistem informasi yang dapat menjangkau masa lalu, masa kini dan masa depan, tersedia dalam segala bentuk output komputer dan digunakan oleh para manajer maupun non manajer dalam memecahkan masalah. Hal lain yang sangat penting untuk dipertimbangkan adalah adanya sistem basis data. Sistem penjualan tiket online berbasis web ini pengembangannya difokuskan pada permasalahan web database dan web desain yang mempunyai tujuan untuk memberikan informasi tentang pemesanan tiket secara online dengan menggunakan media web yang dapat mempermudah para konsumen atau pengguna jasa penerbangan, dimana para konsumen tidak perlu untuk datang keperusahaan hanya untuk melakukan pemesanan, tapi dengan adanya web ini dapat langsung melakukan pemesanan tiket secara langsung lewat web yang tersedia.⁹

Dalam Penetapan harga harus dilakukan dengan detail juga hati-hati, salah sedikit akan berpengaruh pada target penjualan. Persaingan pasar yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan

⁷ Edy Santoso, *Pengaruh Era Globalisasi Terhadap Hukum Bisnis Di Indonesia* (Semarang: Litera Antar Nusa, 2004), 65.

⁸ Ibid.,

⁹ Ibid., 66.

untuk melakukan langkah-langkah terobosan yang mampu mendongkrak target penjualan. Namun yang sangat jadi. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis menganggap masalah ini menarik untuk dilakukan penelitian terkait permasalahan Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online Dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi pada PT. Garuda Indonesia, Tanjung Karang, Bandar Lampung).

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah analisis hukum Islam terhadap penetapan harga promosi penjualan tiket sistem online pada agen penjual tiket di Garuda Indonesia, Tanjung Karang, Bandar Lampung.

D. Rumusan Masalah

Merujuk pada pemaparan latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini:

1. Bagaimana penetapan harga promosi dalam penjualan tiket online pada PT. Garuda Indonesia, Tanjung Karang, Bandar Lampung?
2. Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap penetapan harga promosi dalam penjualan tiket online pada PT. Garuda Indonesia, Tanjung Karang, Bandar Lampung?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penetapan harga promosi tiket sistem online pada PT. Garuda Indonesia, Tanjung Karang, Bandar Lampung.

2. Untuk mengetahui pandangan hukum Islam dalam penetapan harga promosi penjualan tiket sistem online pada PT. Garuda Indonesia, Tanjung Karang, Bandar Lampung.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai kontribusi serta pengembangan ilmiah terhadap Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online Dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi pada Garuda Indonesia, Tanjung Karang, Bandar Lampung).
2. Manfaat secara praktis, penelitian ini dilakukan serta dimaksudkan sebagai sarana informasi bagi masyarakat serta dapat dijadikan acuan bagi peneliti peneliti berikutnya.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sejauh pengetahuan penulis, pada saat ini terdapat beberapa karya ilmiah seperti jurnal, artikel, ataupun karya ilmiah lainnya yang membahas tentang sistem ataupun praktik pemungutan pajak di era digital, maupun masalah yang terjadi dalam masyarakat. Oleh karena itu, dalam penulisan proposal skripsi ini penulis menguraikan serangkaian tinjauan pustaka yang berhubungan dengan permasalahan yang berkaitan dengan Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online Dalam Tinjauan Hukum Islam:

1. Skripsi dari Tati Urrokhman dengan judul: “Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto”. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Purwokerto. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Strategi Penetapan Harga dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Implementasi Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Penjualan Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto yaitu melalui 2 metode:

Strategi Penetapan Harga Produk Baru dan Strategi Harga Tunggal. Ada dua strategi pokok yang dilakukan Kayla Fashion dalam menetapkan harga produk baru, yaitu: *Skimming pricing* dan *Penetration pricing*. *Skimming pricing* merupakan strategi yang menetapkan harga tinggi pada suatu produk baru. Sedangkan *Penetration pricing* merupakan strategi penetapan harga yang rendah untuk produk baru.¹⁰

2. Penelitian selanjutnya dari Skripsi Elvan Firmansyah Yang Berjudul “Mekanisme Penetapan Harga Di Rumah Makan Rama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam” Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah: Dalam skripsi ini membahas tentang Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa Mekanisme Penetapan Harga di Rumah Makan Rama Tawes Kota Metro Ditinjau dari Etika Bisnis Islam yaitu sudah sesuai dengan Etika Bisnis Islam. Mekanisme penetapan harga yang diterapkan di Rumah Makan Rama Tawes mengandung aksioma dasar etika bisnis Islam yaitu persatuan (tauhid), keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan Ihsan.¹¹
3. Skripsi Febriawan Adi Sucahyo berjudul “Analisis Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Olahraga *Sport Smart Fik UNY*” dari Universitas Negeri Yogyakarta. Perbedaan yang ada dalam penelitian ini ialah: Penelitian lebih bertujuan untuk menganalisis peranan harga dan promosi terhadap volume penjualan Sport Smart FIK UNY. Penelitian tersebut menghasilkan penjualan pada pada toko Sport Smart pada bulan Juni hingga Juli mengalami

¹⁰ Tati Urrokhman, “Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000, Studi Kasus: Di Kota Purwokerto” (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2018), 96.

¹¹ Elvan Firmansyah, “Mekanisme Penetapan Harga Di Rumah Makan Rama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam, Studi Kasus: Di Rumah Makan Rama Tawes Kota Metro” (Skripsi, IAIN Metro, 2020), 100.

peningkatan 10 %, sehingga analisis harga dan promosi pada toko Sport Smart dapat dikatakan berhasil.¹²

4. Penelitian oleh M Restina dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Dalam Jual Beli Dengan Sistem Prasmanan” dari Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Perbedaan pada skripsi ini ialah untuk mengetahui cara penetapan harga makanan dalam sistem prasmanan di Kantin Sakinah UIN SMH Banten. Serta untuk mengetahui pandangan hukum Islam dalam penetapan harga makanan dari sistem prasmanan di Kantin Sakinah UIN SMH Banten. Hasil yang diperoleh adalah tentang cara penetapan Harga makanan dalam sistem prasmanan di Kantin Sakinah yaitu Kantin Sakinah sudah memiliki harga standar untuk porsi standar, Kantin Sakinah menggunakan Subsidi Silang untuk menutupi konsumen yang makan dengan porsi banyak maka akan tertutupi dengan konsumen yang makan dengan porsi sedikit. Penetapan harga yang di terapkan diperoleh karena penetapan harga yang diberikan sudah sesuai dengan konsumen yakni harga standar makanan pada umumnya, dan Kantin Sakinah sendiri memberlakukan harga dengan unsur keadilan.¹³
5. Penelitian oleh Dian Maulina berjudul “Perspektif Hukum Islam Terhadap Sistem Discount Pakaian Pada Matahari Mall Banda Aceh (Studi terhadap Penetapan Harga dan Taghrimnya)” dari Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam. Perbedaannya adalah tentang tinjauan hukum Islam terhadap sistem discount pakaian yang diterapkan oleh Matahari Mall Banda Aceh dari penetapan harga dan taghrrir yang dilakukan. Hasilnya menunjukkan bahwa taghrrir tidak

¹² Febriawan Adi Suchayo, “Analisis Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Olahraga *Sport Smart Fik*, Studi Kasus: Di Kota Yogyakarta” (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2019), 102.

¹³ M Restina, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Dalam Jual Beli Dengan Sistem Prasmanan, Studi Kasus: Di Kantin Sakinah Provinsi Lampung” (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019), 99.

terdapat dalam shighat akad maupun objek akad, namun taghrir terdapat pada pelaksanaan discount dengan menggunakan kartu member yang disebut Matahari Club Card (MCC). Sedangkan tinjauan hukum Islam terhadap sistem discount pakaian yang diterapkan oleh Matahari Mall Banda Aceh dibagi menjadi dua, yaitu: diperbolehkan, karena rukun dan syarat pada akad jual beli telah terpenuhi, dan dilarang, karena terdapat unsur-unsur yang dilarang dalam jual beli yaitu taghrir.¹⁴

H. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan dalam kancah kehidupan yang sebenarnya. Karena penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan, maka dalam pengumpulan data dilakukan pengolahan data-data yang bersumber dari lapangan (lokasi penelitian) Yaitu melakukan sebuah penelitian lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi langsung subjek yang bersangkutan dengan permasalahan penelitian.¹⁵

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis yakni suatu penelitian yang melukiskan, memaparkan, menuliskan, melaporkan, menjelaskan atau menggambarkan suatu keadaan, gejala atau kelompok tertentu dengan proses penyederhanaan data penelitian yang amat besar jumlahnya menjadi

¹⁴ Dian Maulina, "Perspektif Hukum Islam Terhadap Sistem Discount Pakaian Pada Matahari Mall, Studi Kasus: Di Kota Banda Aceh" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2017), 97.

¹⁵ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Reseach Sosial* (Jakarta: Rajawali Pers, 2002), 38.

informasi yang masih sederhana agar mudah dipahami dengan apa yang terjadi dilapangan.¹⁶

2. Data dan Sumber Data

Dalam metode penelitian ini peneliti mempunyai penunjang yaitu data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Data Primer yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan metode lapangan, yakni penelitian yang dilakukan dalam kehidupan yang sebenarnya, yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti dan diperoleh dari beberapa pihak yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.¹⁷

b. Data Sekunder

Data sekunder yang berfungsi menjadi pendukung dari masalah dalam penelitian ini adalah berupa buku-buku dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan masalah penetapan harga promosi tiket sistem online dalam tinjauan hukum IslamPelanggan Maskapai Penerbangan PT Garuda Indonesia di Tanjung Karang, Bandar Lampung.¹⁸

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada di dalam wilayah penelitian. Maka penelitian merupakan penelitian populasi. Studi penelitiannya juga disebut studi popolasi atau sensus. Wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

¹⁶ Ibid.,

¹⁷ Suhardi Nur, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 76.

¹⁸ Ibid.,

diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁹ Adapun populasi penelitian ini penulis mengambil 10 orang terdiri dari 1 orang manager, 4 orang karyawan, dan 5 orang konsumen.

b. Sampel

Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti Untuk menentukan ukuran sampel, digunakan rumusan yang di kemukakan oleh Arikunto, yang apabila subjeknya kurang dari 100 orang maka akan diambil semua sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi dan jika subjeknya besar melebihi 100 orang dapat diambil antara 10-15% atau 20-25%.²⁰ Karena populasi dalam penelitian ini berjumlah kurang dari 100, yaitu 10 orang, maka keseluruhan populasi dijadikan sampel. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 10 orang. Dengan demikian, karena keseluruhan populasi dijadikan sampel maka penelitian ini adalah penelitian populasi.

4. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah jenis penelitian yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau wawancara secara langsung dan mendalam guna mengetahui unsur-unsur yang berkaitan dengan penelitian.²¹ Pelaksanaan Analisis

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), 102.

²⁰ Ibid.,

²¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2008), 18.

Hukum Islam Terhadap Praktek Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online Dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi pada Garuda Indonesia, Tanjung Karang, Bandar Lampung).

b. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi adalah dengan mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, Koran, prasasti, Koran dan sebagainya.²² Metode ini untuk menghimpun serta memperoleh data dengan cara melakukan pencatatan baik berupa wawancara, arsip-arsip atau dokumen maupun keterangan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

5. Pengolahan Data

Dalam metode pengolahan data ini, penulis menggunakan cara:

a. Tahapan Editing

Editing yaitu pemeriksaan kembali semua data yang diperoleh terutama dari kelengkapannya, kejelasan makna, kesesuaian serta relevansinya dengan data lain. kemudian mengoreksi data yang telah dikumpulkan, karena kemungkinan data yang masuk atau data yang terkumpul tidak logis dan meragukan.²³

b. Sistematisasi Data

Sistematika data (*sistematizing*) yaitu menempatkan data menurut kerangka sistematika bahasan berdasarkan urutan masalah yang telah

²² Ibid.,

²³ Irawan Suhartono, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: Rosdakarya, 2006), 70.

dikumpulkan. Menempatkan data menurut kerangka sistematika bahasan berdasarkan urutan masalah.²⁴

6. Analisis Data

Penelitian akan dilakukan dengan metode penelitian kualitatif, yakni Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode yang alami sebagainya.²⁵

Setelah keseluruhan data dikumpulkan baik melalui penelitian lapangan maupun pustaka dan sesuai dengan kajian penelitian, kemudian dianalisis secara sistematis dengan menggunakan pendekatan deskriptif analisis yakni suatu penelitian yang melukiskan, memaparkan, menuliskan, melaporkan, menjelaskan atau menggambarkan suatu keadaan, gejala atau kelompok tertentu dengan proses penyederhanaan data penelitian yang amat besar jumlahnya menjadi informasi yang masih sederhana agar mudah dipahami dengan apa yang terjadi di lapangan, dengan pendekatan berfikir induktif dan deduktif.²⁶ Berfikir induktif yaitu metode yang mempelajari suatu gejala yang khusus untuk mendapatkan suatu gejala atau kaidah-kaidah di lapangan yang umum mengenai fenomena yang diselidiki. Dan juga metode berfikir deduktif adalah metode analisa data dengan cara bermula dari data yang bersifat umum tersebut, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat khusus.²⁷

²⁴ Ibid.,

²⁵ Prasetyo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajawali, 2012), 22.

²⁶ Ibid.,

²⁷ Ibid., 23.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan alur dalam penelitian yang dilakukan secara sistematis dan terstruktur. Tujuan dari sistematika pembahasan ini adalah memberikan gambaran atau garis besar dari penelitian yang dilakukan. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Membahas tentang pendahuluan, meliputi:
Penegasan

judul yang menerangkan definisi per kata guna mendapatkan pengertian dan pengarahannya penelitian yang jelas; Latar belakang masalah untuk menjabarkan keadaan dari objek penelitian; Fokus penelitian untuk membahas objek spesifik yang akan diteliti lebih mendalam; Rumusan masalah untuk menentukan arah penelitian dengan pertanyaan yang akan dicari jawabannya dengan penelitian; Tujuan Penelitian untuk menentukan target akhir atau menjawab dari pertanyaan yang diajukan pada penelitian; Manfaat penelitian untuk menetapkan target dari hasil penelitian yang telah dilakukan; Kajian Penelitian Terdahulu untuk mendapatkan perbandingan antara penelitian terkait yang pernah diteliti sehingga dapat ditentukan perbandingan dari penelitian yang akan dilakukan. Metode penelitian untuk menentukan kerangka penelitian seperti jenis, sifat, pendekatan penelitian, metode pengumpulan data, analisis data dan penyajian data penelitian; Sistematika penelitian untuk membuat gambaran umum atau garis besar isi skripsi penelitian yang dilakukan.

- BAB II** : Membahas tentang kajian teoritik yang digunakan dalam penelitian. Pada bab ini dasar-dasar teori yang berkaitan dengan tema dalam penelitian akan dijabarkan guna mendapatkan penjelasan dan landasan membangun argumentasi yang ilmiah.
- BAB III** : Membahas tentang isi penelitian yang meliputi penyajian keterangan terkait objek yang sedang diteliti seperti profil dan sejarah PT Garuda Indonesia, struktur organisasi, dan berbagai program promosi tiket online yang diterapkan oleh PT Garuda Indonesia.
- BAB IV** : Membahas tentang analisis penelitian yang meliputi penyajian data-data temuan yang diperoleh selama proses penelitian, kemudian diinterpretasi dengan menggunakan metodologi ilmiah yang telah dijabarkan sebelumnya. Pada bab ini mekanisme penetapan harga promo tiket sistem online oleh PT Indonesia akan diterangkan secara utuh dan dianalisis dengan tinjauan hukum Islam guna mengetahui kedudukannya sesuai dengan syari'ah.
- BAB V** : Membahas tentang penutup yaitu meliputi kesimpulan dan rekomendasi. Kesimpulan tersebut merupakan hasil temuan yang telah dianalisis dengan menggunakan metodologi dan pendekatan yang ilmiah. Rekomendasi

merupakan usulan dari peneliti terkait keadaan objek penelitian kepada pihak-pihak terkait.

DAFTAR PUSTAKA : Merupakan urutan sumber-sumber teori yang digunakan dalam penelitian sebagai landasan dan acuan dalam melakukan analisis terhadap objek penelitian.

LAMPIRAN : Merupakan lembaran-lembaran gambar, dokumen, atau teks yang jberkaitan dengan objek penelitian sebagai fakta-fakta penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Definisi dan Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli merupakan suatu usaha yang baik dalam mencari rezeki sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Jual beli artinya menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain¹. Beberapa pengertian jual beli baik secara bahasa maupun secara istilah. Jual beli secara bahasa adalah mengambil sesuatu dan memberikan sesuatu, sedangkan menurut istilah menukarkan suatu harta dengan harta benda yang lain dan keduanya menerima harta untuk dibelanjakan dengan ikrar penyerahan dan jawab penerimaan (ijab qabul) menurut cara tertentu yang sudah diatur syara'. Ada beberapa pengertian jual beli yang dikemukakan oleh para ahli. Menurut Hendi Suhendi dalam buku Fiqih Muamalah menyatakan 'jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain yang menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.²⁸ Menurut Sayid Sabiq mendefinisikan bahwa jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar keridhaan antara keduanya atau mengalihkan kepemilikan barang dengan kompensasi (pertukaran) berdasarkan cara yang dibenarkan syariat. Sementara itu para ulama Hanafiyah mendefinisikan jual beli adalah menukarkan harta dengan harta melalui tata cara tertentu atau mempertukarkan sesuatu yang disenangi dengan sesuatu yang lain melalui tata cara tertentu yang dapat dipaham sebagaimana jual beli. Sedangkan Imam Nawawi mendefinisikan jual beli adalah mempertukarkan harta dengan harta untuk tujuan pemilikan. Dan menurut Ibnu Qudamah jual beli adalah mempertukarkan

²⁸ Hendi Suhendi, Fiqih Muamalah (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 68

harta dengan tujuan pemilikan dan penyerahan milik. Dari definisi-definisi yang disebutkan diatas, dipahami bahwa jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dilakukan dengan alat tukar dengan ketentuan yang telah disepakati bersama dan dibenarkan dalam perdagangan.

B. Penetapan Harga dalam Tinjauan Hukum Islam

Penentuan harga terhadap barang haruslah ditentukan berdasarkan prinsip keterbukaan, bukan dilakukan dengan cara penipuan atau ancaman yang menyalahi norma-norma hukum. Oleh karena itu, dalam penentuan harga yang menjadi penentu perpindahan kepemilikan barang atau pemberian jasa harus melalui proses akad atau perjanjian yang dilakukan oleh kedua belah pihak, baik penjual dan pembeli secara adil.²⁹

Konsep Islam menegaskan bahwa dalam mekanisme pasar harus berdiri di atas prinsip persaingan bebas (*perfect competition*). Namun demikian bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibungkus oleh frame

syari'ah. Dalam Islam, Transaksi terjadi secara sukarela, sebagaimana disebutkan dalam Qur'an surat An-Nisa' ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

²⁹ Rahmat Syafi'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2004, 75

Terkait mekanisme pasar tersebut, terdapat suatu dasar yang menjadi dasar dalam menentukan harga yang berlaku di pasar.³⁰ Hal tersebut dijelaskan pada hadits riwayat Abu dawud, Turmudzi, dan Ibnu Majjah dan as Syaukani sebagai berikut:

حَدَّثَنَا عُمَانُ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا عَفَّانُ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ أَخْبَرَنَا ثَابِتٌ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ وَقَتَادَةُ وَحُمَيْدٌ عَنْ أَنَسِ قَالَ قَالَ النَّاسُ يَا رَسُولَ اللَّهِ غَلَا السَّعْرُ فَسَعِّرْنَا فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُظَالِمُنِي بِمُظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

“Orang-orang berkata: “Wahai Rasulullah, harga mulai mahal. Patoklah harga untuk kami!” Rasulullah SAW bersabda, “Sesungguhnya Allahlah yang mematok harga, yang menyempitkan dan yang melapang kan rizki, dan aku sungguh berharap untuk bertemu Allah dalam kondisi tidak seorangpun dari kalian yang menuntut kepadaku dengan suatu kezhaliman-pun dalam darah dan harta”. (HR Abu Dawud, atTirmidzi, Ibnu Majah, dan asy-Syaukani).

Selain hadits tersebut, pada hadits lain disebutkan juga bahwa pada masa Rasulullah SAW pernah terjadi kenaikan harga yang cukup pesat, oleh karena itu Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ : قَالَ : غَلَا السَّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَغَلَا السَّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فَقَالُوا: لَوْ قَوْمَتَ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ: «إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَفَارِقَكُمْ وَلَا يَظْلِمُنِي أَحَدٌ مِنْكُمْ بِمُظْلَمَةٍ ظَلَمْتُهُ» (رواه أحمد وأبو داود والترمذى وابن ماجه)

³⁰ Ibid.,

Dari Anas bin Malik ra, ia berkata: “Harga pernah melambung mahal di masa Rasulullah saw, maka manusia berkata: “Wahai Rasulullah, harga melambung mahal, maka buatlah patokan harga untuk kami”. Jawab beliau: “Sesungguhnya Allah Yang Maha Mengendaki harga menjadi mahal, Yang Menahan, Yang Melapangkan rejeki dan Yang Maha Pemberi rejeki. Sesungguhnya aku berharap menghadap Tuhanku, dalam keadaan tidak ada seorang pun dari kalian yang menuntutku terzalimi di dalam darah dan harta”. (HR. Ahmad, Abu Dawud, At-Tirmidzi dan Ibnu Majah).³¹

Penetapan harga yang sesuai dengan dasar hukum Islam itu akan melahirkan harga yang wajar dan tingkat laba yang tidak berlebihan, serta terbebas dari riba yang diharamkan oleh Allah SWT, sebagaimana tercantum dalam Surah Al Baqarah 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَىٰ اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka

³¹ Ibid., 76.

orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya."³²

Penetapan harga sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an dan Hadits tersebut, lebih lanjut diterangkan oleh para pakar ekonomi Islam yang menekankan bahwa penetapan dilakukan dengan pertimbangan keadaan pasar yang normal. Akan tetapi jika pasar dalam keadaan yang tidak baik atau adanya kedzaliman sehingga harga ditentukan dengan cara tidak adil, seperti dengan melakukan penimbunan, riba, dan penipuan, maka dalam keadaan ini pemerintah wajib menentukan harga yang adil sehingga tidak ada pihak-pihak yang dirugikan.³³

Ulama Fiqh membagi konsep penentuan harga menjadi dua macam; yaitu harga yang berlaku berdasarkan pendekatan alami, dalam arti tidak adanya campur tangan pemerintah, dan ada harga yang berlaku berdasarkan ketetapan pemerintah dengan pertimbangan modal dan keuntungan wajar bagi perdagangan ataupun produsen serta melihat kemampuan daya beli masyarakat.³⁴

Buchari Alma menyebutkan bahwa dalam teori ekonomi, terdapat konsep penentuan harga yang dipertimbangkan pada beberapa hal, yaitu:

1. Kegunaan (*utility*) adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan, dan memuaskan konsumen.
2. Nilai (*value*) adalah keadaan suatu produk yang memiliki kualitas tertentu yang dapat ditukar dengan produk lain, jika dilihat melalui aktivitas ekonomi berupa barter. Akan tetapi, nilai yang digunakan sebagai ukuran pada

³² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Semarang: CV As-Syifa, 2001), 140.

³³ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 102.

³⁴ *Ibid.*,

suatu produk saat ini telah berubah dengan menggunakan uang.³⁵

Harga pada suatu produk atau jasa menjadi faktor penentu utama bagi hukum permintaan pasar (*the law of demand*). Besar atau kecilnya suatu harga mempengaruhi kuantitas atau jumlah produk yang akan dibeli oleh konsumen. Semakin mahal harga, maka semakin sedikit jumlah permintaan atas produk bersangkutan. Begitu sebaliknya, jika semakin murah harga, maka semakin banyak jumlah permintaan atas produk bersangkutan.

Berdasarkan hukum permintaan tersebut, banyak perusahaan atau produsen menerapkan penetapan harga yang disesuaikan pada target penjualan dan menggunakan hukum permintaan tersebut, lalu diwujudkan melalui program-program promosi yang diharapkan akan menarik minat konsumen.³⁶ Dari penjelasan di atas, ditergaskan bahwa harga merupakan nilai dari suatu barang atau jasa yang diukur pada sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen sebagai pengganti atas sejumlah barang atau jasa dan pelayanan yang diterima. Harga juga disebutkan oleh William J. Stanton sebagai jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh produk dan pelayanan tertentu.

Harga dapat dimaknai sebagai salah satu elemen yang menjadi tanda atas kualitas atau mutu dari suatu produk atau jasa pelayanan. Semakin tinggi harga yang tercantum pada suatu produk atau jasa pelayanan, maka dapat diartikan produk tersebut memiliki mutu atau kualitas yang baik dan terjamin. Sedangkan suatu produk atau jasa yang memiliki harga yang rendah, maka bisa dikatakan memiliki kualitas atau mutu yang rendah.³⁷ Harga juga menjadi penghubung antara produsen selaku penyediaan produk atau penyedia layanan dengan konsumen selaku pembeli produk atau pemakai jasa layanan. Harga yang ditentukan oleh produsen

³⁵ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi* (Yogyakarta: CV. Adipura, 2002), 78.

³⁶ *Ibid.*,

³⁷ *Ibid.*, 79.

jika tidak diperhitungkan secara baik, maka akan mempengaruhi minat konsumen.³⁸ Jika harga terlalu tinggi sedangkan mutu atau kualitas pada produk atau jasa yang ditawarkan kurang baik, maka konsumen cenderung akan melakukan penolakan terhadap barang dan jasa tersebut. Begitu juga, jika harga yang ditentukan rendah pada barang atau jasa yang bermutu baik, konsumen justru cenderung meremehkan produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu, produsen perlu menentukan harga dengan menyesuaikan pada mutu produk atau jasa yang ditawarkan, juga mempertimbangkan kemampuan daya beli konsumen, sehingga produk atau jasa tersebut dapat dikonsumsi atau dipakai oleh konsumen secara baik.³⁹

C. Dimensi Promosi dan Penjualan Terhadap Produk dan Jasa

Promosi merupakan proses mengiklankan suatu produk atau merek, menghasilkan penjualan, dan menciptakan loyalitas merek atau brand. Ini adalah salah satu dari empat elemen dasar bauran pemasaran, yang mencakup empat P: price, product, promotion, and place atau harga, produk, promosi, dan tempat. Promosi mencakup metode komunikasi yang digunakan pemasar untuk memberikan informasi tentang produknya. Informasi bisa bersifat verbal dan visual.⁴⁰

Pengertian Promosi Menurut Tjiptono promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Sedangkan menurut menurut Buchory dan Saladin dalam Aris Jatmika Diyatma promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk

³⁸ Anggi Safitri, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 63.

³⁹ *Ibid.*,

⁴⁰ Adi Haryadi, *Promosi Penjualan Secara Efektif Dan Terencana* (Malang: Logos Wacana Ilmu, 2001), 83.

memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam memasarkan produk atau jasa sehingga dapat menarik untuk membeli produk tersebut, kegiatan promosi harus dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan harus mudah di mengerti oleh masyarakat agar orang yang membacanya dapat tertarik dan mudah dimengerti.⁴¹

Tujuan Promosi Setiap perusahaan yang melakukan kegiatan promosi tentu tujuan utamanya adalah untuk mencari laba menurut Tjiptono, pada umumnya kegiatan promosi harus mendasarkan kepada tujuan sebagai berikut:

1. Menginformasikan Kegiatan promosi yang bertujuan untuk berusaha menginformasikan konsumen akan merek atau produk tertentu baik itu produk maupun merek baru atau produk dan merek yang sudah lama tetapi belum luas terdengar oleh konsumen.
2. Membujuk Kegiatan promosi yang bersifat membujuk dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian atas produk yang ditawarkan. Perusahaan lebih mengutamakan penciptaan kesan –positif kepada konsumen agar promosi dapat berpengaruh terhadap perilaku pembeli dalam waktu yang lama.
3. Mengingatn Kegiatan promosi yang bersifat mengingatn ini dilakukan untuk mempertahankan merek produk di hati masyarakat, dan mempertahankan pembeli yang akan melakukan transaksi pembelian secara terus-menerus.⁴²

Kemudian dalam hal ini bauran promosi merupakan alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen atau calon konsumen. Bauran promosi menurut Kotler dan Amstrong bauran promosi adalah perpaduan spesifik iklan, promosi

⁴¹ Ibid.,

⁴² Ibid., 84.

penjualan, hubungan masyarakat, penjual personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan, gabungan dari alat-alat promosi yang dirancang untuk mencapai tujuan serta memberikan informasi yang mengarahkan konsumen untuk terbujuk melakukan pembelian.⁴³ Berdasarkan pendapat Kotler dan Armstrong di atas maka dapat dijelaskan beberapa dimensi dari bauran promosi sebagai berikut:

1. Periklanan (*Advertising*) Kotler dan Armstrong menyatakan periklanan merupakan bentuk presentasi dan promosi nonpribadi tentang ide barang dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu, yaitu tidak hanya perusahaan saja tetapi juga lembaga- lembaga non laba (seperti lembaga pemerintahan, perguruan tinggi, dan sebagainya) dan individu-individu. Iklan adalah media promosi berupa pesan yang disampaikan kepada khalayak luas dengan tujuan untuk menawarkan suatu produk atau jasa melalui sebuah media yang dapat membujuk untuk membeli.
2. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*) Kotler dan Armstrong memberikan pengertian penjualan perseorangan merupakan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan menciptakan penjualan. Penjualan perseorangan merupakan media promosi yang tepat untuk perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan para konsumennya. salah satu tujuan tenaga penjual adalah melakukan penjualan dengan bertemu langsung dimana seorang penjual dari suatu perusahaan langsung menemui nasabah untuk menawarkan produknya.
3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) Kotler dan Armstrong memberikan pengertian promosi penjualan

⁴³ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Loyalitas Konsumen* (Jakarta: Alfabeta, 2000), 174.

adalah insentif jangka pendek untuk meningkatkan pembelian atau penjualan suatu barang atau jasa di mana pembelian diharapkan dilakukan sekarang juga. Kegiatan promosi yang termasuk dalam promosi penjualan ini misalnya pemberian kupon, obral, kontes, pameran dan lain-lain.⁴⁴

4. Hubungan Masyarakat (*Public Relation and Publicity*) Kotler dan Amstrong memberikan pengertian hubungan masyarakat berfungsi menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu lembaga dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan pengertian dan kemauan baik publiknya serta memperoleh opini publik yang menguntungkan. hubungan masyarakat adalah berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan/atau melindungi citra perusahaan atau produk individualnya.
5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) Kotler dan Amstrong memberikan pengertian pemasaran langsung merupakan hubungan langsung dengan konsumen secara individual yang bertujuan untuk mendapatkan tanggapan langsung dan menumbuhkan hubungan pelanggan yang langgeng. Dalam pemasaran langsung, pihak perusahaan/penjual cenderung mendatangi langsung konsumen untuk menawarkan produk atau jasa mereka.⁴⁵

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa bauran promosi merupakan program komunikasi pemasaran total sebuah perusahaan yang terdiri dari periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya.⁴⁶ Manfaat Media Sosial dalam Pemasaran Menurut Gunelius dalam Anshar Surya Pranaka, Astri Ghina,

⁴⁴ Ibid.,

⁴⁵ Ibid., 175.

⁴⁶ Endah Meiria, *Bauran Pemasaran* (Jakarta: Alfabeta, 2005), 80.

dan Mediany Kriseka Putri ada lima manfaat dari social media marketing, yaitu:

1. *Relaltionship Building* (Membangun Hubungan) Manfaat utama dari pemasaran media sosial adalah kemampuan untuk membangun hubungan dengan konsumen yang terlibat secara aktif, teman sebaya, dan yang lainnya.
2. *Brand Building* (Membangun Merek) Percakapan di media sosial adalah langkah awal yang sempurna untuk meningkatkan brand awareness, meningkatkan brand recognition dan recall, serta meningkatkan brand loyalty.
3. *Publicity* (Publisitas) Pemasaran media sosial menyediakan tempat dimana perusahaan dapat berbagi informasi dengan konsumennya.
4. *Promotions* (Promosi) Melalui pemasaran media sosial, dapat memberikan diskon eksklusif dan kesempatan bagi audience untuk membuat mereka merasa dihargai dan khusus, serta untuk memenuhi tujuan jangka pendek.
5. *Market Reseacrh* (Riset Pasar) Media Sosial dapat digunakan untuk mempelajari perilaku konsumen, kebutuhan dan keinginan konsumen, dan mempelajari kompetitor.⁴⁷

D. Mekanisme Penerapan Tiket Sistem Online

1. Pengertian Tiket

Tiket merupakan dokumen perjalanan yang memuat informasi berupa rute, waktu, harga, data penumpang, yang dikeluarkan oleh perusahaan berkaitan dengan suatu perjalanan.⁴⁸ Menurut KBBI, tiket sendiri memiliki arti sesuatu yang dianggap sebagai alat bukti pembayaran oleh suatu alat transportasi. Sedangkan menurut UU Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan Pasal 1 ayat 27, menyebutkan bahwa tiket adalah dokumen berbentuk cetak,

⁴⁷ Ibid.,

⁴⁸ Akhmad Dharma Kasman, *Penerapan Tiket Sistem Online* (Surabaya: Ladang Kata, 2002), 83.

diproses secara elektronik, atau bentuk lainnya, yang merupakan salah satu alat bukti adanya perjanjian angkutan udara antara penumpang dan pengangkut, juga sebagai bukti hak penumpang untuk mendapatkan pelayanan menggunakan pesawat udara atau diangkut dengan pesawat udara.

Menurut Rahmad Darsono, tiket merupakan salah satu dokumen perjalanan yang dikeluarkan oleh maskapai penerbangan dan merupakan kontrak tertulis satu pihak yang berisikan ketentuan yang harus dipenuhi oleh penumpang selama memakai jasa penerbangan, dan data penerbangan penumpang yang mempunyai masa periode waktu tertentu. Sedangkan Anggraini menyebutkan bahwa tiket adalah suatu dokumen perjalanan yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan yang berisi rute, tanggal data penumpang, yang digunakan untuk melakukan suatu perjalanan.⁴⁹

Mayasari mendefinisikan tiket adalah dokumen berharga yang wajib dimiliki oleh penumpang yang akan melakukan perjalanan menggunakan pesawat udara. Dokumen tersebut dikeluarkan oleh perusahaan penerbangan terkait yang bertindak sebagai pengangkut transportasi yang di dalamnya tersantum syarat-syarat perjanjian antara penumpang dan pengangkut (perusahaan penerbangan).

Berdasarkan jenisnya, tiket penerbangan dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Tiket Domestik yaitu tiket yang dikeluarkan oleh perusahaan penerbangan yang hanya berlaku untuk penerbangan dalam negeri saja.
2. Tiket Internasional, yaitu tiket yang dikeluarkan oleh perusahaan penerbangan yang hanya berlaku untuk penerbangan luar negeri saja. Tiket Internasional ini dibedakan lagi berdasarkan jenisnya:

⁴⁹ Ibid.,

- a. *Endorstable Ticket*, yaitu tiket yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan penerbangan, namun dapat digunakan oleh perusahaan penerbangan lain.
- b. *Non endortable ticket*, yaitu tiket yang hanya dapat digunakan oleh satu perusahaan penerbangan saja.⁵⁰

Menurut penggunaannya, tiket dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. *Conjunction Ticket*, yaitu tiket yang terdiri atas dua atau lebih dokumen yang saling berhubungan satu sama lainnya. Misalnya tiket dalam perjalanan yang memerlukan pergantian maskapai atau memerlukan transit dalam satu rute perjalanan.
2. *Non-Conjunction Ticket*, yaitu tiket yang hanya digunakan untuk perjalanan tunggal dan tidak dapat dikeluarkan berhubungan dengan tiket lain. Tiket ini biasanya disebut dengan *one way ticket*.⁵¹ Kemudian, berdasarkan bentuknya, tiket dibedakan menjadi dua yaitu:
 3. *Tiket Manual*, yaitu tiket yang dibuat dalam bentuk buku, yang berisi peraturan-peraturan dan barang-barang yang diperbolehkan atau dilarang untuk dibawa pada saat berada di dalam pesawat.
 4. *Tiket Elektronik (e-ticket)*, yaitu tiket yang dibuat menggunakan sistem computer dan hanya berupa selebaran tiket atau berbentuk digital.⁵²

2. Tiket Sistem Online

Pemesanan atau pembelian tiket yang semula dilakukan secara tradisional seperti melalui *call center* pada maskapai penerbangan atau melalui agen tiket dari perusahaan

⁵⁰ Ibid., 84.

⁵¹ Rudiyanto, *Pemesanan Tiket Melalui Online* (Jakarta: Raja Grafindo, 2001), 49.

⁵² Ibid.,

penerangan, seiring berkembangnya teknologi memberikan perubahan pada sistem pembelian dan pemesanan tiket tersebut. Saat ini, pembelian dan pemesanan tiket telah bisa dilakukan dengan menggunakan sistem *online* atau melalui website maskapai penerbangan atau melalui aplikasi mobile yang disediakan oleh perusahaan penerbangan.⁵³

Tiket yang diperoleh dengan menggunakan sistem online ini biasa disebut dengan tiket elektronik atau *e-ticket*. Kehadiran *e-ticket* ini memberikan berbagai kemudahan seperti kemudahan untuk melakukan perubahan jadwal hingga keamanan dari kehilangan tiket. Bahkan dengan berkembangnya penggunaan kartu pembayaran perbankan, transaksi *e-ticket* ini bisa dilakukan tanpa menggunakan uang fisik (*cashless*).

Tiket elektronik atau *e-ticket* sendiri merupakan dokumen aktifitas perjanjian yang tidak lagi menggunakan dokumen secara fisik, melainkan menggunakan dokumen digital yang tercatat pada perusahaan penerbangan terkait.

Cara kerja *e-ticket* memiliki perbedaan mendasar dibandingkan dengan tiket manual. Perbedaan cara kerja tersebut terletak pada data penerbangan dan data penumpang yang tercatat di *database* computer maskapai penerbangan, meskipun terdapat lembaran tiket yang dicetak, namun itu hanya sebagai referensi pada data sebenarnya yang tersimpan di *database* maskapai penerbangan.⁵⁴

Berbagai kelebihan *e-ticket* di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. *E-Ticket* tidak mungkin hilang, jika referensi dari *e-ticket* yang dicetak tersebut tertinggal, maka penumpang cukup menunjukkan kode *booking* yang dikirimkan oleh maskapai penerbangan ke email penumpang. Dengan

⁵³ Lidya Septiani, *Penerapan Tiket Sistem Online* (Jakarta: Rajawali Pers, 2001), 62.

⁵⁴ *Ibid.*,

begitu e-ticket tidak memiliki kendala yang besar terhadap pelaksanaan transaksi.

- b. *E-Ticket* lebih mudah diperoleh. Dalam proses pemesannya, calon penumpang hanya perlu mengakses website maskapai penerbangan atau melalui aplikasi mobile yang disediakan, sehingga tidak perlu menghabiskan waktu untuk melakukan pemesanan di bandara atau agen penjualan tiket penerbangan.⁵⁵
- c. *E-Ticket* lebih fleksibel. Apabila terjadi perubahan jadwal, maka pemesan tiket cukup melakukan perubahan pada *database* maskapai penerbangan. Begitu juga lebih efisien karena penumpang tidak dikenakan biaya tambahan untuk pencetakan tiket yang baru.
- d. *E-Ticket* lebih ramah lingkungan. Berkurangnya pencetakan tiket yang berbahan dasar kertas, maka secara tidak langsung mengurangi penebangan pohon sebagai bahan dasar kertas. Dengan begitu, diterapkannya sistem e-ticket ini mendukung kehidupan yang lebih ramah lingkungan.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tiket yang merupakan dokumen atau bukti perjanjian antaran penumpang dan pengangkut (maskapai penerbangan) menjadi hal yang penting untuk dimiliki oleh penumpang sehingga dapat mengajukan hak pengangkutan melalui maskapai penerbangan terkait. Dengan diterapkannya tiket elektronik juga memberikan berbagai kemudahan, bukan saja kepada penumpang melainkan juga kepada perusahaan penerbangan karena proses pemesanan dan pelayanan tiket jadi lebih mudah dan lebih efisien.⁵⁶

⁵⁵ Dani Rasyid, *Memberlakukan Tiket Dengan Sistem Online* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), 70.

⁵⁶ *Ibid.*,

E. Peraturan Penetapan Harga Tiket

1. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2009

Undang-Undang Nomor 1 yang ditetapkan pada 12 Januari 2019 oleh Presiden Republik Indonesia, Susilo Bambang Yudhono, tentang *Penerbangan*. Dalam peraturan ini disebutkan bahwa penerbangan dilaksanakan dalam rangka mewujudkan penyelenggaraan penerbangan yang tertib, teratur, selamat, aman, nyaman, dengan harga yang wajar dan menghindari praktek-praktek persaingan usaha yang tidak sehat.⁵⁷

Pada peraturan ini disebutkan juga bahwa perusahaan penerbangan, orang yang mengoperasikan pesawat, serta pegawai penerbangan lainnya wajib memiliki sertifikat yang menandakan kelayakan atau memiliki kapasitas pada bidang yang menjadi tugasnya. Berikut juga terkait keselamatan dan keamanan dalam pesawat udara selama penerbangan, yang di antaranya mengatur tentang pelarangan pada setiap orang yang mengoperasikan atau menerbangkan pesawat udara yang dapat membahayakan keselamatan pesawat udara, penumpang, dan barang, serta merugikan pihak lain.⁵⁸

Terkait kegiatan angkutan udara, disebutkan dalam peraturan ini bahwa kegiatannya dibagi menjadi dua jenis;

- a. **Angkutan udara niaga** (dalam negeri dan luar negeri) yang dilaksanakan secara berjadwal atau tidak berjadwal baik oleh perusahaan penerbangan nasional atau asing untuk mengangkut penumpang dan kargo atau khusus hanya mengangkut kargo.
- b. **Angkutan udara bukan niaga** yang dapat dilakukan oleh Pemerintah, pemerintah daerah, Lembaga tertentu, orang perseorangan, atau badan usaha Indonesia lainnya dalam rangka kegiatan pendidikan atau pelatihan personel pesawat udara atau kegiatan penerbangan

⁵⁷ Pasal 1 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2009 Tentang Penerbangan.

⁵⁸ Martono, *Hukum Dan Regulasi Penerbangan* (Jakarta: Alfabeta, 2009), 107.

lainnya yang bukan penerbagang niaga. Kegiatan angkutan udara bukan niaga ini wajib memiliki izin dari Menteri.⁵⁹

Badan usaha angkutan udara niaga nasional dan perusahaan angkutan udara asing yang melakukan kegiatan angkutan udara ke dan dari wilayah Indonesia wajib menyerahkan data penumpang pra kedatangan atau keberangkatan (*pre-arrival or pre-departure passengers information*) yang diserahkan kepada petugas yang berwenang di bandar udara kedatangan atau keberangkatan di Indonesia. Data penumpang tersebut meliputi: Nama lengkap penumpang sesuai dengan paspor, Jenis kelamin, Kewarganegaraan, Nomor paspor, Tanggal lahir, Asal dan tujuan akhir penerbangan, Nomor kursi, dan Nomor bagasi.

Jaringan dan rute penerbangan untuk kegiatan angkutan udara niaga berjadwal ditetapkan oleh Menteri dengan mempertimbangkan;

- a. Permintaan jasa angkutan udara
- b. Terpenuhinya persyaratan teknis operasi penerbangan
- c. Fasilitas bandar udara yang sesuai dengan ketentuan keselamatan dan keamanan penerbangan
- d. Terlayannya semua daerah yang memiliki bandar udara
- e. Pusat kegiatan operasi penerbangan masing-masing badan usaha angkutan udara niaga berjadwal, serta
- f. Keterpaduan rute dalam dan luar negeri.⁶⁰

Badan usaha angkutan udara niaga berjadwal nasional dapat mengajukan rute penerbangan baru dalam dan luar negeri kepada Menteri, selanjutnya akan dievaluasi dan ditetapkan dengan mempertimbangkan;

- a. Kepentingan nasional
- b. Permintaan jasa angkutan
- c. Pengembangan pariwisata

⁵⁹ Ibid.,

⁶⁰ Ibid., 108.

- d. Potensi industry dan perdagangan
- e. Potensi ekonomi daerah, dan
- f. Keterpaduan intra dan antarmoda.⁶¹

Selain itu, dalam peraturan ini juga diatur terkait penentuan tarif angkutan udara niaga berjadwal, yang terdiri atas tarif angkutan penumpang dan tarif angkutan kargo. Tarif angkutan penumpang terbagi menjadi dua golongan, yaitu golongan atas pelayanan kelas ekonomi dan kelas non-ekonomi. Tarif tersebut dihitung berdasarkan komponen; tarif jarak, pajak, iuran wajib asuransi, dan biaya tucilah. tambahan (*surcharge*). Hasil perhitungan tersebut kemudian ditetapkan sebagai batas atas tarif penumpang pelayanan kelas ekonomi angkutan udara niaga berjadwal dalam negeri.

Badan usaha angkutan udara niaga berjadwal dalam negeri dilarang menjual harga tiket kelas ekonomi melebihi tarif batas atas yang ditetapkan oleh Menteri. Bagi badan usaha angkutan udara yang melanggar, maka akan dikenakan sanksi administratif berupa sanksi peringatan atau pencabutan izin rute penerbangan.

Sedangkan tarif penumpang pelayanan non-ekonomi angkutan udara niaga terjadwal dan angkutan kargo berjadwal dalam negeri ditentukan berdasarkan mekanisme pasar. Tarif ini ditentukan berdasarkan kesepakatan antara pengguna jasa dan penyedia jasa angkutan.⁶²

Selain itu, diatur juga secara khusus terkait pelayanan bagi penumpang yang penyandang cacat, lanjut usia, anak-anak (di bawah 12 tahun) dan orang sakit. Pelayanan khusus tersebut meliputi:

- a. Pemberian prioritas tambahan tempat duduk
- b. Penyediaan fasilitas kemudahan untuk naik ke dan turun dari pesawat udara

⁶¹ Arista Almadjati, *Dunia Bisnis Penerbangan Di Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 118.

⁶² Ibid.,

- c. Penyediaan fasilitas untuk penyandang cacat selama berada di pesawat udara
- d. Sarana bantu bagi orang sakit
- e. Penyediaan fasilitas untuk anak-anak selama berada di pesawat udara
- f. Tersedianya personil yang dapat berkomunikasi dengan penyandang cacat, lanjut usia, anak-anak, dan orang sakit.
- g. Tersedianya buku petunjuk tentang keselamatan dan keamanan penerbangan bagi penumpang pesawat udara dan sarana lain yang dapat dimengerti oleh penyandang cacat, lanjut usia, dan orang sakit.

Dalam penyediaan fasilitas dan layanan tersebut, tidak dipungut biaya tambahan.

Pada kegiatan angkutan udara, terdapat beberapa dokumen yang perlu disiapkan, yaitu; Tiket penumpang pesawat udara, Pas masuk pesawat udara (*boarding pass*), Tanda pengenal bagasi (*baggage identification/claim tag*), dan Surat muatan udara (*airway bill*).⁶³

Tiket penumpang udara diberikan oleh pengangkut kepada penumpang baik perseorangan atau kolektif, dimana tiket tersebut memuat informasi tentang:

- a. Nomor, tempat, dan tanggal penerbitan
- b. Nama penumpang dan nama pengangkut
- c. Tempat, tanggal, waktu pemberangkatan, dan tujuan pendaratan
- d. Nomor penerbangan
- e. Tempat pendaratan yang direncanakan antara tempat pemberangkatan dan tempat tujuan

⁶³ Ibid., 119.

- f. Pernyataan bahwa pengangkut tunduk pada ketentuan dalam undang-undang yang berlaku.⁶⁴

Tiket ini berlaku hanya bagi nama yang tercantum di dalamnya dan dibuktikan dengan dokumen identitas diri yang sah.

Selain tiket, pengangkut juga wajib memberikan pas masuk pesawat udara kepada penumpang, adapun dokumen pas masuk pesawat udara tersebut meliputi informasi tentang:

- a. Nama penumpang
- b. Rute penerbangan
- c. Nomor penerbangan
- d. Tanggal dan jam keberangkatan
- e. Nomor tempat duduk
- f. Pintu masuk ke ruang tunggu menuju pesawat udara (*boarding gate*), dan
- g. Waktu masuk pesawat udara (*boarding time*).

Kemudian, dokumen lainnya yaitu tanda pengenalan bagasi. Dokumen ini diberikan oleh pengangkut kepada penumpang, yang berisikan informasi tentang:

- a. Nomor tanda pengenalan bagasi
- b. Kode tempat keberangkatan dan tempat tujuan
- c. Berat bagasi.⁶⁵

Berdasarkan pemaparan beberapa poin peraturan dalam Undang-Undang Nomor 1 tahun 2009 tentang penerbangan, maka dapat disimpulkan bahwa terkait penerbangan yang dilakukan oleh badan usaha angkutan

39. ⁶⁴ Heru Legowo, *Tiket Penerbangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001),

⁶⁵ *Ibid.*,

udara nasional dan asing wajib mematuhi ketentuan yang berlaku, mulai dari sertifikasi personel dan pegawainya, hingga pemenuhan dokumen-dokumen perjanjian antara pengangkut dan penumpang dalam proses penerbangan dalam rangka mewujudkan penerbangan yang nyaman, aman, dan dapat memberikan keselamatan bagi kedua belah pihak yang melaksanakan penerbangan.⁶⁶

2. Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 51 Tahun 2014

Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 51 yang ditetapkan pada 30 September 2014 oleh Menteri Perhubungan Republik Indonesia, merupakan peraturan tentang *Mekanisme Formulasi Perhitungan dan Penetapan Tarif Batas atas Penumpang Pelayanan kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal Dalam Negeri*.⁶⁷ Dalam peraturan ini disebutkan bahwa mekanisme penetapan tarif dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

- a. Tarif Penumpang Pelayanan Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal yang dihitung berdasarkan komponen:

Tarif Jarak + Pajak + Iuran Wajib Asuransi + Biaya Tuslah/Tambahan (*surcharge*) = Tarif Batas Atas.

- b. Tarif Dasar yaitu besaran tarif per penumpang kilometer yang dinyatakan dalam rupiah.
- c. Tarif Jarak yaitu besaran tarif per rute penerbangan per satu kali penerbangan untuk setiap penumpang yang diusulkan oleh Direktur Jenderal kepada Menteri dan berkoordinasi dengan Asosiasi Penerbangan Sipil

⁶⁶ Ibid., 40.

⁶⁷ Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 51 Tahun 2014 Tentang Mekanisme Formulasi Perhitungan dan Penetapan Tarif Batas atas Penumpang Pelayanan kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal Dalam Negeri.

Nasional dan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. Usulan tarif ini disampaikan secara tertulis dengan melampirkan; Biaya operasi pesawat udara, Justifikasi perhitungan tarif dasar atau tarif jarak, dan hasil koordinasi dengan Asosiasi Penerbangan Sipil Nasional dan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.

- d. Pajak yaitu Pertambahan Nilai (PPn) yang dikenakan sesuai dengan peraturan perundangan-undangan di bidang perpajakan.
- e. Iuran Wajib Asuransi yaitu besaran biaya sebagai pertanggungan kecelakaan penumpang yang dikenakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang dana pertanggungan wajib kecelakaan penumpang yang besarnya ditetapkan oleh Peraturan Menteri Keuangan.
- f. Biaya Tuslah/Tambahan (*surcharge*) yaitu biaya yang dikeluarkan oleh Badan Usaha Angkutan Udara di luar perhitungan penetapan tarif jarak, yang penerapannya bersifat khusus; kondisi dan waktu pemberlakuan tertentu, besaran ditetapkan oleh Menteri dalam peraturan tersendiri.⁶⁸

Pengawasan dan Sanksi juga turut diatur dalam peraturan ini, dimana Direktur Jenderal Perhubungan meakukan pengawasan terhadap keputusan dari peraturan ini. Dalam fungsi pengawasannya, Dirjen Perhubungan juga dapat memanfaatkan laporan masyarakat atau pengguna jasa yang dilengkapi dengan bukti-bukti tertulis yang mendukung. Adapun alat-alat buktinya yaitu berupa;

- a. Harga yang tercantum di dalam tiket atau bukti pembayaran lain yang dipersamakan.
- b. Pemberitaan agen (*agent news*)
- c. Iklan dalam media cetak atau elektronik.

⁶⁸ Adhi Riyadhi, *Aturan Penerbangan Di Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 92.

Bagi badan usaha angkutan udara niaga berjadwal yang melakukan pelanggaran atas ketentuan yang diatur dalam peraturan tersebut akan dikenakan sanksi administrasi, berupa;

- a. Pengurangan frekuensi
- b. Pembekuan rute penerbangan
- c. Penundaan pemberian izin rute baru.⁶⁹

Sanksi tersebut akan diberlakukan selama 6 bulan atau dapat diperpanjang dengan jangka waktu yang sama, bila terbukti tidak menunjukkan perbaikan. Akan tetapi, sanksi tersebut diberikan kepada badan usaha angkutan udara niaga berjadwal setelah melalui tahapan pemberian peringatan I, II, dan III dengan tenggang waktu masing-masing 7 hari.

Beberapa ketentuan lain yang tercantum dalam peraturan ini, di antaranya;

- a. Mengenakan pungutan di luar ketentuan wajib mendapat persetujuan dari Menteri.
- b. Harga jual tiket untuk bayi (*Infant*) atau anak berusia kurang dari 2 tahun sebesar 10% dari tarif normal.
- c. Harga jual tiket untuk anak-anak (umur 2-12 tahun), penyandang disabilitas atau veteran, orang usia lanjut (umur 60 tahun), setinggi-tingginya 75% dari tarif normal.
- d. Harga jual tiket untuk tandu (*stretcher*) setinggi-tingginya 900% dari tarif normal.
- e. Badan usaha angkutan udara niaga berjadwal dalam melayani rute penerbangan wajib menyediakan tempat duduk pelayanan kelas ekonomi sebanyak minimal 60% dari kapasitas tempat duduk sesuai jenis atau tipe pesawat yang digunakan dan dapat dibuktikan secara fisik pemisahan kelompoknya.⁷⁰

⁶⁹ Ibid.,

⁷⁰ Ibid., 93.

3. Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 77 Tahun 2011

Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 77 yang ditetapkan pada 8 Agustus 2011 oleh Menteri Perhubungan, Freddy Numberi, adalah peraturan tentang **Tanggung Jawab Pengangkutan Udara**.⁷¹ Tanggung jawab sebagaimana yang dimaksud dalam peraturan ini di antaranya:

- a. Pengangkutan yang mengoperasikan pesawat udara wajib bertanggung jawab atas kerugian terhadap;
 - 1) Penumpang yang meninggal dunia, cacat tetap atau luka-luka
 - 2) Hilang atau rusaknya bagasi kabin
 - 3) Hilang, musnah, atau rusaknya bagasi tercatat
 - 4) Hilang, musnah, atau rusaknya kargo
 - 5) Keterlambatan angkutan udara
 - 6) Kerugian yang diderita oleh pihak ketiga.⁷²
- b. Jumlah ganti rugi yang wajib diberikan terhadap penumpang yang meninggal dunia, cacat tetap, atau luka-luka maka akan menerima ganti rugi sebagai berikut;
 - 1) Penumpang meninggal dunia di dalam pesawat udara karena akibat kecelakaan pesawat udara atau kejadian yang semata-mata ada hubungannya dengan pengangkutan udara diberikan ganti rugi sebesar Rp. 1.250.000.000 (satu miliar dua ratus lima puluh juta rupiah) per penumpang.
 - 2) Penumpang meninggal dunia akibat suatu kejadian yang semata-mata ada hubungannya dengan pengangkutan udara pada saat proses meninggalkan ruang tunggu bandar udara menuju pesawat udara atau pada saat proses turun dari pesawat udara menuju ruang kedatangan di bandar udara tujuan atau bandar

⁷¹ Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 77 Tahun 2011 Tentang Tanggung Jawab Pengangkutan Udara.

⁷² Nursani, *Hukum Penerbangan* (Jakarta: Alfabeta, 2006), 50.

udara persinggahan (transit) akan diberikan ganti rugi sebesar Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) per penumpang.⁷³

- 3) Penumpang yang mengalami cacat tetap total (dengan pernyataan dokter) dalam jangka waktu paling lambat 60 (enam puluh) hari kerja sejak terjadinya kecelakaan diberikan ganti rugi sebesar 1.250.000.000. (satu miliar dua ratus lima puluh juta rupiah) per penumpang.
- 4) Penumpang yang mengalami cacat tetap Sebagian (dengan pernyataan dokter) dalam jangka waktu paling lambat 60 (enam puluh) hari kerja sejak terjadinya kecelakaan diberikan ganti rugi sesuai dengan keadaan kecacatannya, seperti cacat penglihatan, cacat pendengaran, hilangnya jari per ruas tangan dan kaki per penumpang.
- 5) Penumpang yang mengalami luka-luka dan harus menjalani perawatan di rumah sakit, klinik, atau balai pengobatan sebagai pasien rawat inap atau rawat jalan, akan diberikan ganti rugi sebesar biaya perawatan yang nyata paling banyak Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) per penumpang.
- 6) Hilang dan rusaknya bagasi kabin milik penumpang akan diganti rugi sebesar kerugian bagasi kabin yang dialami dengan syarat memiliki bukti bahwa kerugian merupakan atas tindakan pengangkutan atau orang yang dipekerjakan, berdasarkan keputusan pengadilan yang memiliki kekuatan hukum tetap (*inkracht*).
- 7) Hilang, musnah, atau rusaknya bagasi tercatat akan diberikan ganti rugi sebesar Rp. 200.000 (dua ratus ribu rupiah) per kg dan paling banyak Rp. 4.000.000 (empat juta rupiah) per penumpang. Pemberian ganti rugi diberikan jika dalam waktu 14 hari, bagasi yang hilang tidak berhasil ditemukan.

⁷³ Ibid.,

- 8) Hilang dan musnah kargo akan diberikan ganti rugi sebesar Rp. 100.000 (seratus ribu rupiah) per Kg, sedangkan rusaknya kargo baik sebagian atau seluruh isi kargo akan diberikan ganti rugi sebesar Rp. 50.000 (Lima puluh ribu) per Kg. Kargo yang hilang, musnah, dan rusak akan diberikan ganti rugi setelah 14 hari, terhitung dari tanggal seharusnya kargo tersebut tiba di tujuan.
- 9) Keterlambatan angkutan udara di antaranya;
 - a) Keadaan keterlambatan penerbangan (*flight delayed*) yang lebih dari 4 jam akan diberikan ganti rugi sebesar Rp. 300.000 per penumpang.
 - b) Tidak terangkutnya penumpang dengan alasan kapasitas pesawat udara (*denied boarding passanger*) akan diberikan ganti rugi dengan mengalihkan ke penerbangan lain tanpa membayar biaya tambahan atau memberikan kosumsi, akomodasi, dan biaya transportasi apabila tidak ada penerbangan lain ke tempat tujuan.
 - c) Pembatalan penerbangan (*canceled of flight*) akan diberikan ganti rugi berupa pengembalian seluruh uang tiket yang telah dibayarkan oleh penumpang.
- 10) Kerugian yang diderita oleh pihak ketiga yang meninggal dunia dari akibat dari peristiwa pengoperasian pesawat udara yang dioperasikan maka akan diberikan ganti rugi sebesar Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) per orang, cacat tetap akan diberikan ganti rugi sebesar Rp.750.000.000 (tujuh ratus juta rupiah) per orang, luka-luka akan diberikan ganti rugi sebesar Rp.100.000.000.⁷⁴

⁷⁴ Ibid., 51.

Tanggung jawab sebagaimana yang tercantum dalam peraturan ini berlaku sejak penumpang meninggalkan ruang tunggu bandar udara menuju pesawat udara sampai dengan penumpang memasuki terminal kedatangan di bandar udara tujuan. Terkait tanggung jawab terhadap bagasi tercatat maka berlaku sejak pelaporan (*check-in*) sampai dengan diterimanya bagasi tercatat oleh penumpang.⁷⁵

Apabila Badan Usaha Angkutan Udara melakukan pelanggaran terhadap tanggung jawab yang tercantum dalam peraturan ini, maka akan diberikan sanksi berupa:

- a. Sanksi administrasi dengan tahapan peringatan tertulis sebanyak 3 kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 1 bulan.
- b. Sanksi administrasi berupa pembekuan izin usaha dalam jangka waktu tertentu. Jika tidak ada perbaikan maka akan diberlakukan pencabutan izin usaha.⁷⁶

F. Hukum Islam Tentang Penjualan Tiket Online

Penjualan tiket online merupakan aktivitas jual-beli jasa yang dilakukan dengan cara pemesanan dan pembayaran harga lebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu, maka dapat disebut dengan jual-beli *salam*. Aktivitas jual-beli ini juga biasanya melibatkan pihak perbankan.⁷⁷ Oleh karena itu untuk meninjau dasar Islam hukum terkait penjualan tiket online, khususnya pada maskapai penerbangan PT Garuda Indonesia. Adapun beberapa dasar hukum Islam tersebut, yaitu:

1. Surah Al-Baqarah ayat 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ - ٢٨٢

⁷⁵ Ahmad Sudiro, *Hukum Udara Nasional Dan Internasional Publik* (Jakarta: Raja Grafindo, 2002), 123.

⁷⁶ Ibid.,

⁷⁷ Nurul Huda, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo, 2001), 95.

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya ...” (Q.S. Al-Baqarah [2]: 282).⁷⁸

Dari Surah Al-Baqarah Ayat 282 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan muamalah hendaknya melakukan pencatatan terhadap kesepakatan yang telah terjadi. Dengan begitu kedua belah pihak yang melangsungkan muamalah tidak ada yang dirugikan.⁷⁹

2. Surah Al-Ma'idah ayat 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُجَلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ لِنَ اللَّهِ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ - ١

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.” (Q.S. Al-Maidah [5]: 1).⁸⁰

Dari Surah Al-Ma'idah ayat 1 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sebagai orang-orang yang beriman kepada Allah SWT hendaknya selalu memenuhi aqad-aqad

⁷⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahnya* (Bandung: Syaamil Cipta Media, 2002), 118.

⁷⁹ Ibid.,

⁸⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Surabaya: Mekar, 2004), 232.

atau perjanjian yang telah disepakati, khususnya terkait hal-hal yang telah dinyatakan halal.⁸¹

3. Hadis tentang jual beli

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ، (رواه البيهقي وابن ماجه وصححه ابن حبان

“Dari Abu Sa’id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, “Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka.” (HR. al-Baihaqi dan Ibnu Majah, dan dinilai shahih oleh Ibnu Hibban).

Dari hadis tersebut, maka telah jelas bahwa kegiatan jual beli haruslah berlandaskan atas perasaan suka sama suka atau atas kerelaan yang sama, sehingga tidak adanya yang merasa terdzolimi atau memiliki maksud untuk merugikan satu sama lain.⁸²

4. Hadis tentang takaran yang jelas

مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ

“Barang siapa melakukan salaf (salam), hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas, untuk jangka waktu yang diketahui” (HR. Bukhari, Shahih al-Bukhari [Beirut: Dar al-Fikr, 1955], jilid 2, h. 36)

⁸¹ Khoiruddin, "Etika Pelaku Bisnis Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Asas*, volume 7 nomor. 1 (Januari 2015): 56, <http://ejournal.radenintan.ac.id/>

⁸² Nurnazli, "Penerapan Kaidah Maqashid Syariah Dalam Produk Perbankan Syariah," *Jurnal Ijtima'iyya*, volume 7 nomor. 1 (Februari 2014): 52, <http://ejournal.radenintan.ac.id/>

Dari hadis di atas, maka dapat dipahami bahwa dalam kegiatan jual-beli salam hendaknya melakukan penimbangan dan pengukuran yang jelas, serta penentuan waktunya harus dijelaskan juga agar kedua pihak yang melakukan kegiatan jual beli dapat berlaku adil dan tidak mendzolimi atau saling merugikan.⁸³

5. Hadis tentang kesepakatan

الصُّلْحُ جَائِزٌ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ إِلَّا صُلْحًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا
وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا (رواه
الترمذي عن عمرو بن عوف).

“Perdamaian dapat dilakukan di antara kaum muslimin kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram; dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram” (HR. Tirmidzi dari ‘Amr bin ‘Auf).

Dari hadis di atas maka dapat ditari pemahan bahwa kesepakatan oleh kedua pihak haruslah dalam kegiatan yang halal, bukan dalam hal menyepakati sesuatu yang telah haram lalu diubah menjadi halal, begitu pula dengan sesuatu yang telah halal tetapi dijadikan haram, kecuali dengan syarat-syarat yang telah dijelaskan dalam hukum-hukum Islam.⁸⁴

6. Kaidah fikih muamalah

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

⁸³ Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2016), 37.

⁸⁴ Ibid.,

Dari kaidah fikih tersebut, maka dapat dimaknai bahwa sesungguhnya segala kegiatan muamalah diperbolehkan kecuali telah ada dalil yang mengharamkan suatu kegiatan tertentu itu. Dengan begitu, kegiatan muamalah yang tidak ada dalil pengharamannya maka dapat dihukumi boleh dan bernilai halal.⁸⁵

7. Fatwa Dewan Syari'ah Nasioal tentang Jual Beli Salam

Fatwa Dewan Syari'ah Nasioan tentang Jual Beli Salam ini tercantum dalam surat keputusan yang diterbitkan oleh Majelis Ulama Indonesia MUI dengan nomor surat **No.05/DSN-MUIV/2000**. Dalam surat keputusan tersebut MUI menerbitkan fatwa bahwa dalam menjalankan kegiatan jual-beli salam memiliki beberapa ketentuan, pertama ketentuan tentang pemnayaran, yaitu:

- i. Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang atau manfaat.
- ii. Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati.
- iii. Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.⁸⁶

Kedua, ketentuan tentang barang:

- a. Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang
- b. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya
- c. Penyerahan dilakukan kemudian
- d. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan
- e. Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya

⁸⁵ Yusuf Baihaqi, "Dimensi Ekonomi Dalam Kisah Al-Quran," *Jurnal Asas*, volume 9 nomor. 1 (January 2017): 74, <http://ejournal.radenintan.ac.id/>

⁸⁶ Ghufran A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000), 86.

- f. Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.⁸⁷

Ketiga, ketentuan penyerahan barang sebelum atau pada waktunya;

- a. Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati.
- b. Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga.
- c. Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (diskon).
- d. Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan, dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga.
- e. Jika semua atau Sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan; membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya atau menunggu sampai barang tersedia.

Keempat, ketentuan pembatalan kontrak; boleh dilakukan selama tidak merugikan kedua belah pihak. Jika terjadi perselisihan di antara kedua belah pihak maka diselesaikan secara musyawarah atau badan arbitrase syari'ah.⁸⁸

8. Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Tentang Jual Beli Istishna'

Fatwa Dewan Syar'ah Nasional tentang Jual Beli Istishna' ini tercantum dalam surat keputusan Majelis Ulama Indonesia dengan nomor surat No:06/DSN-MUI/IV2000.

⁸⁷ Ibid.,

⁸⁸ Ibid., 87

Dalam fatwa ini disebutkan dalam jual beli istishna' terdapat beberapa ketentuan, pertama ketentuan tentang pembayaran;

- a. Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang atau manfaat.
- b. Pembayaran dilakukan sesuai dengan kesepakatan
- c. Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.⁸⁹

Kedua, ketentuan tentang barang:

- a. Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang.
- b. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
- c. Penyerahannya dilakukan kemudian.
- d. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
- e. Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
- f. Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.
- g. Dalam hal terdapat cacat atau barang tidak sesuai dengan kesepakatan, pemesan memiliki hak *khiyar* (hak memilih) untuk melanjutkan atau membatalkan akad.⁹⁰

Ketiga, ketentuan lain yaitu:

- a. Dalam hal pemecanan sudah dikerjakan sesuai dengan kesepakatan, humnya mengikat.
- b. Semua ketentuan dalam jual-beli salam berlaku juga pada jual-beli istishna'
- c. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajiban atau jika terjadi perselisihan maka penyelesaiannya melalui musyawarah atau melalui badan arbitrase syari'ah.⁹¹

⁸⁹ M.Ali Hasan, *Macam-Macam Transaksi Dalam Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000), 143.

⁹⁰ Ibid.,

⁹¹ Ibid., 144.

DAFTAR RUJUKAN

- Almadjati, Arista, *Dunia Bisnis Penerbangan Di Indonesia* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Bagus Hadi Juanda (Sales Manager Marketing), “Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online Dalam Tinjauan Hukum Islam Pada PT. Garuda Indonesia Tanjung Karang Di Kota Bandar Lampung,” *Wawancara dengan penulis*, 21 Februari 2022.
- Budi Santoso (Konsumen Produk Penerbangan Korporat), “Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online Dalam Tinjauan Hukum Islam Pada PT. Garuda Indonesia Tanjung Karang Di Kota Bandar Lampung,” *Wawancara dengan penulis*, 21 Februari 2022.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* Semarang: CV As-Syifa, 2001.
- Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua* Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Dewi, Rina Puspita, *Aplikasi Perangkat Lunak Presentasi Dan Penglolaan Data* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Dian Maulina, “Perspektif Hukum Islam Terhadap Sistem Discount Pakaian Pada Matahari Mall, Studi Kasus: Di Kota Banda Aceh” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2017), 97.
- Doni Anugerah (Konsumen Produk Penerbangan Domestik), “Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online Dalam Tinjauan Hukum Islam Pada PT. Garuda Indonesia Tanjung Karang Di Kota Bandar Lampung,” *Wawancara*

dengan penulis, 21 Februari 2022.

- Elvan Firmansyah, "Mekanisme Penetapan Harga Di Rumah Makan Rama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam, Studi Kasus: Di Rumah Makan Rama Tawes Kota Metro" (Skripsi, IAIN Metro, 2020), 100.
- Febriawan Adi Suchafo, "Analisis Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Olahraga *Sport Smart Fik*, Studi Kasus: Di Kota Yogyakarta" (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2019), 102.
- Ghufran A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000.
- Haryadi, Adi, *Promosi Penjualan Secara Efektif Dan Terencana* Malang: Logos Wacana Ilmu, 2001.
- Hasan, M.Ali, *Macam-Macam Transaksi Dalam Islam* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000.
- Hidayat, Enang, *Transaksi Ekonomi Syariah* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2016.
- Huda, Nurul, *Fiqh Muamalah* Jakarta: Raja Grafindo, 2001.
- Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran Loyalitas Konsumen* Jakarta: Alfabeta, 2000.
- Kartono, Kartini, *Pengantar Metodologi Reseach Sosial* Jakarta: Rajawali Pers, 2002.
- Kasman, Akhmad Dharma, *Penerapan Tiket Sistem Online* Surabaya: Ladang Kata, 2002.
- Khoiruddin, "Etika Pelaku Bisnis Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Asas*, volume 7 nomor. 1 (Januari 2015): 56, <http://ejournal.radenintan.ac.id/>
- Legowo, Heru, *Tiket Penerbangan* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.

- M Restina, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Dalam Jual Beli Dengan Sistem Prasmanan, Studi Kasus: Di Kantin Sakinah Provinsi Lampung" (Skripsi, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019), 99.
- Martono, *Hukum Dan Regulasi Penerbangan* Jakarta: Alfabeta, 2009.
- Meiria, Endah, *Bauran Pemasaran* Jakarta: Alfabeta, 2005.
- Mujahidin, Akhmad, *Ekonomi Islam* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Nurnazli, "Penerapan Kaidah Maqashid Syariah Dalam Produk Perbankan Syariah," *Jurnal Ijtima'iyya*, volume 7 nomor. 1 (Februari 2014): 52, <http://ejournal.radenintan.ac.id/>
- Nursani, *Hukum Penerbangan* Jakarta: Alfabeta, 2006.
- Prasetyo, *Metodologi Penelitian* Jakarta: Rajawali, 2012.
- Rahmat Syafi'i, *Fiqh Muamalah* Bandung: Pustaka Setia, 2004.
- Randi Sastra Kuala (Supervisor Finance), "Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online Dalam Tinjauan Hukum Islam Pada PT. Garuda Indonesia Tanjung Karang Di Kota Bandar Lampung," *Wawancara dengan penulis*, 21 Februari 2022.
- Rasyid, Dani, *Memberlakukan Tiket Dengan Sistem Online* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- RI, Departemen Agama, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahnya* Bandung: Syaamil Cipta Media, 2002.
- Riyadhi, Adhi, *Aturan Penerbangan Di Indonesia* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Rudiyanto, *Pemesanan Tiket Melalui Online* Jakarta: Raja Grafindo, 2001.
- Safitri, Anggi, *Dasar-Dasar Pemasaran* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.

Santoso, Edy, *Pengaruh Era Globalisasi Terhadap Hukum Bisnis Di Indonesia* Semarang: Litera Antar Nusa, 2004.

Septiani, Lidya, *Penerapan Tiket Sistem Online* Jakarta: Rajawali Pers, 2001.

Sudarsono, Heri, *Konsep Ekonomi* Yogyakarta: CV. Adipura, 2002.

Sudiro, Ahmad, *Hukum Udara Nasional Dan Internasional Publik* Jakarta: Raja Grafindo, 2002.

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: Alfabeta, 2008.

Suhardi Nur, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Penelitian* Jakarta: Bumi Aksara, 2011.

Suhartono, Irawan, *Metodologi Penelitian Sosial* Jakarta: Rosdakarya, 2006.

Sulastri (Konsumen Produk Penerbangan Haji), “Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online Dalam Tinjauan Hukum Islam Pada PT. Garuda Indonesia Tanjung Karang Di Kota Bandar Lampung,” *Wawancara dengan penulis*, 21 Februari 2022.

Syah, Islam Muhammad, *Filsafat Hukum Islam* Jakarta: Bumi Aksara, 1999.

Tati Urrokhman, “Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000, Studi Kasus: Di Kota Purwokerto” (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2018), 96.

Tedi Maulana Arif (Supervisor Cargo Operation), “Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online Dalam Tinjauan Hukum Islam Pada PT. Garuda Indonesia Tanjung Karang Di Kota Bandar Lampung,” *Wawancara dengan penulis*, 21 Februari 2022.

Tosan Anda Andika (Sales Station Manager), “Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online Dalam Tinjauan Hukum Islam Pada PT. Garuda Indonesia Tanjung Karang Di Kota Bandar Lampung,” *Wawancara dengan penulis*, 21 Februari

2022.

Wardani Ahmad (Konsumen Produk Penerbangan Charter Domestik),
“Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online
Dalam Tinjauan Hukum Islam Pada PT. Garuda Indonesia
Tanjung Karang Di Kota Bandar Lampung,” *Wawancara
dengan penulis*, 21 Februari 2022.

Yusuf Baihaqi, "Dimensi Ekonomi Dalam Kisah Al-Quran," *Jurnal
Asas*, volume 9 nomor. 1 (Januari 2017): 74,
<http://ejournal.radenintan.ac.id/>

Yulia Rahman (Konsumen Produk Penerbangan Charter Internasional
i), “Penetapan Harga Promosi Penjualan Tiket Sistem Online
Dalam Tinjauan Hukum Islam Pada PT. Garuda Indonesia
Tanjung Karang Di Kota Bandar Lampung,” *Wawancara
dengan penulis*, 21 Februari 2022.

