

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi marketing Decoy Effect dalam perspektif UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 dan Etika Bisnis Islam, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Konsep penjualan decoy effect atau “effect umpan” adalah strategi marketing yang memberikan produk oleh pelaku usaha sebagai produk penengah dari dua buah produk. terdapat tiga jenis produk dalam konsep penjualan decoy product, yaitu competitor product (produk kompetitor) produk dengan harga standar, target product (produk target) merupakan produk dengan harga yang paling hemat, dan decoy product (produk umpan) yang merupakan produk dengan harga paling tidak efektif. Konsep penjualan decoy effect dapat berdasarkan ukuran, jenis, jumlah dan fungsi suatu produk dan mempengaruhi psikologi konsumen agar tertarik keproduk yang pelaku usaha targetkan.
2. Strategi marketing Decoy Effect menurut Undang – undang No.8 Tahun 1999 Konsumen dalam UUPK memiliki beberapa hak yang diatur dalam pasal 4 ayat (3) yang disebutkan bahwa salah satu hak konsumen yaitu hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur terhadap kondisi dan jaminan suatu barang dan jasa. Pasal ini dimaksudkan agar

konsumen mengetahui informasi yang jelas sehingga konsumen dapat memilih produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. UUPK secara tidak langsung melarang pelaku usaha melakukan praktek penjualan dengan konsep penjualan decoy product. Hal ini diatur dalam pasal 11 huruf c UUPK. Konsep penjualan decoy product ini memenuhi kriteria pasal tersebut karena dalam konsep ini pelaku usaha menawarkan pilihan produk yang tidak diniatkan untuk dijual melainkan untuk sebagai produk pancingan dengan niatan untuk menjual produk lain.

3. Penerapan strategi marketing decoy effect ini, merupakan penerapan strategi yang bertentangan dengan etika bisnis Islam, karena dalam penerapan tersebut terciptanya kebohongan maupun penipuan antara penjual dengan pembeli. Namun karena hal ini sudah menjadi hal yang dan konsumen tidak sadar ditipu, maka terkesan penerapan harga maupun produk efek ini seperti hal yang dipandang biasa saja bagi pelaku ekonomi. Selanjutnya jika dikaitkan dengan ka jian fikih, penerapan harga dan produk psikologis ini tergolong pada gharar. Ghararnya akan tergambar pada produk umpan, karena pada saat membayar kualitas maupun kuantitas produk tidak sesuai dengan harga yang tertera dalam sebuah produk lainnya. Maka taktik seperti ini haruslah hati-hati. Karena jika begitu banyak produk ditetapkan harga seperti ini, akan terbentuk dalam persepsi pelanggan bahwa ritel

tersebut berusaha menipu pelanggan. Hal ini tidak hanya bertentangan dengan etika tapi dalam jangka panjang juga bisa merusak citra pelaku bisnis itu sendiri.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan penulis adalah diperlukan peran dari pemerintah maupun pihak yang berhubungan dengan perlindungan konsumen untuk memberikan sosialisasi mengenai konsep-konsep penjualan yang dapat melanggar hak konsumen kepada masyarakat, sehingga masyarakat menjadi lebih jeli dalam memilih produk sesuai keinginan dan diperlukan peran dari pemerintah untuk mensosialisasikan kewajiban serta larangan pelaku usaha dalam memproduksi produk atau jasa kepada konsumen sebagaimana yang telah tercantum dalam UUPK. Serta perlunya sanksi bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran. Kemudian dalam dunia bisnis tidak hanya mempunyai hubungan dengan orang-orang maupun badan hukum sebagai pemasok, pembeli, penyalur, pemakai dan lain-lain. Namun juga mempunyai pertanggung jawaban terhadap lingkungan sosial. Maka jelas bahwa betapa pentingnya etika di dalam kegiatan bisnis, sehingga kita dapat menyatakan etika bisnis ini harus concern atas kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungannya. Sehingga dalam etika bisnis Islam mengatakan bahwa antara bisnis dan etika bukanlah merupakan dua bangunan yang terpisah, melainkan sebagai

satu kesatuan struktur. Bahwa bisnis bukan semata-mata upaya meraih keuntungan material, akan tetapi sekaligus mencapai tujuan spiritual, yakni pencapaian ridha Allah SWT.