

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Toko kelontong adalah salah satu institusi perdagangan tertua dan telah menjadi komponen penting dari kehidupan ekonomi masyarakat Indonesia. Secara historis, keberadaan toko kelontong di Indonesia dapat ditelusuri sejak abad ke-19 Masehi, ketika para pedagang keliling keturunan Tionghoa menjajakan berbagai barang kebutuhan rumah tangga dengan cara berpindah dari satu permukiman ke permukiman lain.

Kelontong berasal dari pedagang keliling dari Tionghoa yang berdagang keliling menggunakan alat berbunyi sejenis drum atau gendang kecil yang disebut klontong. Pada umumnya, mereka berdagang klontong dan membawa berbagai jenis barang. Kapas mentah, garam, nila, tembakau, jahe, sutera, porselin, tikar pandan, alat perkebunan, dan senjata tajam adalah barang jadi dan barang kelontong yaitu kebutuhan rumah tangga yang dijajakan.¹

Memasuki akhir abad ke-19, para pedagang keliling tersebut mulai menetap dengan membuka kios permanen di titik-titik strategis seperti persimpangan jalan dan dekat permukiman warga. Sejak saat itu, toko

¹ Yudi Prasetyo, "Dari Pikulan ke Kelontong: Tionghoa dan Toko Kelontong Yogyakarta 1900 – 1942", *Entita : Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Ilmu-Ilmu Sosial*, no. 1 (2020) : hlm. 65.

kelontong berkembang menjadi tempat belanja utama yang menyediakan beraneka kebutuhan, mulai dari bahan pangan pokok, peralatan dapur, hingga perlengkapan mandi dan kebersihan rumah tangga. Selama puluhan tahun pada era kemerdekaan, toko kelontong berjaya sebagai pilihan utama masyarakat berbelanja kebutuhan harian dan bahkan menyediakan layanan kredit informal yang dikenal dengan istilah “mendreng” sebagai wujud kepercayaan sosial antara penjual dan pembeli.²

Dalam perkembangan terakhir, toko kelontong tetap menunjukkan eksistensi yang kuat meskipun menghadapi persaingan dengan ritel modern dan digitalisasi perdagangan. Berdasarkan pemberitaan [kompas.com](https://money.kompas.com/read/2019/11/17/183643826/membaca-kembali-kisah-perjalanan-toko-kelontong-di-indonesia), jaringan toko kelontong binaan *Sampoerna Retail Community* (SRC) pada kuartal I tahun 2024 telah menghimpun lebih dari 250.000 toko kelontong yang tersebar di 38 provinsi di Indonesia, tergabung dalam 8.200 paguyuban, serta bermitra dengan lebih dari 6.300 toko grosir. Data tersebut menunjukkan bahwa toko kelontong masih menjadi bagian penting dari ekosistem distribusi barang kebutuhan masyarakat.³

Data ini menegaskan bahwa toko kelontong masih merupakan tulang punggung distribusi barang di tingkat akar rumput, dan kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sektor ritel nasional diperkirakan

² Kompas.com, Membaca Kembali Kisah Perjalanan Toko Kelontong di Indonesia, <https://money.kompas.com/read/2019/11/17/183643826/membaca-kembali-kisah-perjalanan-toko-kelontong-di-indonesia>, diakses pada tanggal 13 April 2026.

³ Sakina Rakhma Diah Setiawan, “SRC Himpun 250.000 Toko Kelontong Sepanjang Kuartal I 2024,” Kompas.com, 28 Mei 2024, diakses melalui <https://money.kompas.com/read/2024/05/28/185221626/src-himpun-250000-toko-kelontong-sepanjang-kuartal-i-2024?page=all>

mencapai sekitar Rp236 triliun atau setara 11,36 persen dari total PDB ritel nasional pada tahun 2022.⁴

Meskipun toko kelontong memiliki peran yang demikian vital dalam perekonomian masyarakat, terdapat sejumlah permasalahan yang pada kenyataannya telah lama berlangsung namun kerap dianggap sebagai hal yang lumrah oleh masyarakat. Pertama, permasalahan transparansi informasi produk: para pelaku usaha toko kelontong pada umumnya tidak menyebutkan atau bahkan tidak memeriksa tanggal kadaluwarsa produk yang mereka jual. Konsumen sering kali tidak diberikan informasi yang jelas mengenai kelayakan suatu produk untuk dikonsumsi, sehingga berpotensi membahayakan kesehatan pembeli yang terlanjur mempercayai kondisi barang.⁵ Kedua, adanya ketergantungan pada tanya jawab langsung dalam proses penentuan harga (*price inquiry dependency*). Berbeda dengan ritel modern yang telah menggunakan label harga elektronik atau barcode, sebagian besar toko kelontong tidak mencantumkan harga secara tertulis di setiap produk, sehingga pembeli harus menanyakan harga setiap barang langsung kepada pemilik atau penjaga toko. Kondisi ini sering menimbulkan ketidaknyamanan bagi pelanggan yang ingin membandingkan harga secara mandiri sebelum mengambil keputusan pembelian.⁶ Ketiga, ketidakpastian

⁴ Liputan6.com, Kehadiran 3,6 Juta Toko Kelontong Bawa Berkah Bagi Ekonomi Indonesia, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4895543/kehadiran-36-juta-toko-kelontong-bawa-berkah-bagi-ekonomi-indonesia>, diakses 13 April 2026.

⁵ Wahyu Aji Susanto, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Harga Barang Yang Tidak Dicantumkan Oleh Pelaku Usaha," *Law Research Review Quarterly*, Vol. 10 No. 3, (2024), hlm. 3–5, <https://journal.unnes.ac.id/journals/snh/article/view/10520/2894>

⁶ I Wayan Wahyu Wira Udytama, et. al., "Akibat Hukum Terkait Harga yang Tidak Dicantumkan Oleh Pelaku Usaha di Kecamatan Kuta Utara," *Jurnal Yusthima*, Vol. 4 No. 1, (2023), hlm. 78–80, <https://doi.org/10.36733/yusthima.v4i1.8935>

harga (*price volatility*): harga barang kebutuhan pokok di toko kelontong bersifat tidak stabil serta dapat berubah-ubah sewaktu-waktu bergantung pada ketersediaan stok atau kenaikan harga dari distributor, tanpa adanya pemberitahuan terlebih dahulu kepada pelanggan. Kondisi ini diperparah dengan adanya perbedaan harga yang signifikan untuk produk yang sama antara satu toko kelontong dengan toko kelontong lainnya dalam satu wilayah yang berdekatan, sehingga menciptakan iklim ketidakpastian informasi pasar di tingkat konsumen yang paling rentan.⁷

Permasalahan-permasalahan yang telah diuraikan di atas sejatinya bukan sekadar ketidaknyamanan teknis, melainkan merupakan pelanggaran terhadap hak-hak dasar konsumen yang telah dijamin secara tegas dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 4 huruf (c) UUPK secara eksplisit menyatakan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Hak ini secara nyata dilanggar ketika pelaku usaha toko kelontong tidak mencantumkan atau tidak menyebutkan tanggal kadaluwarsa suatu produk kepada konsumen. Lebih jauh, Pasal 8 ayat (1) huruf (g) UUPK melarang pelaku usaha memperdagangkan barang yang tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa, sementara huruf (i) melarang pelaku usaha memperdagangkan barang yang tidak memasang label yang memuat informasi yang wajib

⁷ Leonardo dan Mariske Myeke Tampi, "Tinjauan Yuridis Pelaku Usaha di Bidang Kuliner yang Tidak Memberikan Informasi Harga Ditinjau dari Asas Perlindungan Hukum," *Jurnal Hukum Adigama*, Vol. 4 No. 1, 2021, hlm. 1150–1152, <https://doi.org/10.24912/adigama.v4i1.12027>

dicantumkan berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Adapun dalam hal ketidaktransparanan harga, Pasal 7 huruf (b) UUPK mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Pasal 10 huruf (a) pun melarang pelaku usaha menawarkan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai harga atau tarif suatu barang. Dengan demikian, praktik jual beli di toko kelontong yang tidak mencantumkan daftar harga, memberlakukan harga yang berubah-ubah tanpa pemberitahuan, serta membeda-bedakan harga antar konsumen secara tidak wajar, dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam UUPK. Apabila pelanggaran tersebut terbukti, pelaku usaha dapat dijatuhi pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling tinggi Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sebagaimana diatur dalam Pasal 62 ayat (1) UUPK.

Berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan terhadap toko kelontong yang berlokasi di Desa Jarakan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung, ditemukan sejumlah fakta empiris yang memperkuat urgensi untuk penelitian ini. Dari hasil pengamatan langsung serta wawancara dengan beberapa konsumen, diperoleh gambaran bahwa mayoritas toko kelontong yang diamati tidak mencantumkan harga pada beberapa produk yang dijual dan tidak terdapat papan daftar harga yang dapat diakses secara publik.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pada praktik transparansi dalam kegiatan

jual beli yang berlangsung di toko kelontong Desa Jarakan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini berupaya mengkaji bagaimana pelaku usaha pada toko kelontong memberikan informasi kepada konsumen secara transparan.

Berdasarkan uraian tersebut diatas dapat dirumuskan beberapa masalah yang menjadi pokok kajian dalam penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Bagaimana transparansi harga dalam praktik jual beli di toko kelontong Desa Jarakan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana transparansi harga di toko kelontong Desa Jarakan Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah?
3. Bagaimana transparansi harga di toko kelontong Desa Jarakan Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung ditinjau dari perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang akan dicapai adalah:

1. Untuk menganalisis transparansi harga dalam praktik jual beli di toko kelontong Desa Jarakan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk menganalisis transparansi harga di toko kelontong Desa Jarakan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah.
3. Untuk menganalisis transparansi harga di toko kelontong Desa Jarakan,

Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung ditinjau dari perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

D. Kegunaan Penelitian

Pada hakekatnya penelitian ini untuk mendapatkan suatu kegunaan, dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu kegunaan ilmiah (teoritis) dan kegunaan praktis. Peneliti berharap penelitian ini akan membantu bagi beberapa pihak diantaranya yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan keilmuan, khususnya dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah dan hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, kajian ini berupaya memperkaya khazanah literatur mengenai penerapan prinsip transparansi (*al-shidq*), kejujuran, serta keterbukaan informasi dalam kegiatan transaksi ekonomi. Hal ini penting karena praktik jual beli pada toko kelontong tradisional masih sangat dipengaruhi oleh kebiasaan yang berkembang secara turun-temurun.

Dalam tataran konseptual, transparansi harga merupakan bagian dari implementasi etika bisnis islam yang berlandaskan pada prinsip keadilan (*'adl*) serta kemaslahatan (*maslahah*). Prinsip tersebut menuntut agar seluruh informasi penting terkait objek akad, termasuk harga, disampaikan secara jelas guna menghindari adanya unsur ketidakpastian (*gharar*). Keberadaan *gharar* dalam transaksi dapat menimbulkan ketimpangan

informasi yang berpotensi merugikan salah satu, sehingga bertentangan dengan tujuan syariat (*maqasid al-shariah*).

Selain itu, penelitian ini turut memperdalam pemahaman mengenai konsep ridha (kerelaan) dalam suatu akad. Sebagai syarat sahnya transaksi, ridha hanya dapat terwujud apabila para pihak memiliki informasi yang cukup dan tidak berada dalam kondisi terpaksa atau tertipu. Dengan demikian, keterbukaan informasi harga menjadi faktor penting dalam menciptakan hubungan yang sah, adil, dan seimbang.

Dari perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), penelitian ini memperluas kajian mengenai implementasi norma hukum dalam sektor ekonomi informal. Meskipun UUPK telah mengatur hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa ketentuan tersebut belum seluruhnya diterapkan, khususnya pada usaha kecil seperti toko kelontong.

Penelitian ini juga berfungsi untuk mengkaji kesenjangan antara norma hukum yang seharusnya berlaku dengan kondisi nyata di masyarakat. Dengan mengombinasikan pendekatan teoretis dan data empiris, penelitian ini mendukung penguatan pendekatan socio-legal dalam menilai efektivitas pelaksanaan hukum perlindungan konsumen di tingkat akar rumput.

Pada akhirnya, penelitian ini menawarkan suatu kerangka konseptual yang integratif antara Hukum Ekonomi Syariah dan UUPK dalam rangka

membangun sistem perlindungan konsumen yang lebih komprehensif. Integrasi tersebut menggabungkan kekuatan norma hukum formal dengan nilai-nilai etika dan moral, sehingga mampu menjawab kompleksitas praktik ekonomi dalam kehidupan masyarakat.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana pengembangan kapasitas akademik bagi peneliti dalam memahami secara lebih mendalam praktik jual beli masyarakat dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Melalui penelitian lapangan, peneliti memperoleh pengalaman empiris mengenai dinamika transaksi di toko kelontong serta implementasi prinsip transparansi harga dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bekal ilmiah bagi peneliti untuk mengembangkan kajian lanjutan di bidang muamalah dan perlindungan konsumen syariah.

Selain memperkaya wawasan akademik, penelitian ini juga memberikan pengalaman metodologis bagi peneliti dalam melakukan penelitian hukum dengan pendekatan empiris. Melalui proses tersebut, peneliti dapat mengembangkan kemampuan analisis terhadap fenomena sosial-ekonomi masyarakat serta memahami bagaimana prinsip transparansi dan keadilan dalam muamalah diterapkan dalam

praktik perdagangan sehari-hari.⁸

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman kepada masyarakat sebagai konsumen. Penelitian ini berfungsi sebagai media edukasi hukum terkait hak-hak dasar dalam transaksi jual beli. Secara normatif, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang akurat dan jelas mengenai harga barang, serta berhak mendapatkan perlakuan yang jujur tanpa adanya praktik yang merugikan. Dengan meningkatnya kesadaran hukum masyarakat, diharapkan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha dapat terjalin secara lebih seimbang serta proporsional.

c. Bagi Pelaku Usaha Toko Kelontong

Bagi pelaku usaha toko kelontong, hasil kajian ini dapat dijadikan sebagai pedoman dalam mengelola risiko usaha melalui penerapan prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam praktik bisnis. Implementasi keterbukaan harga diyakini dapat meningkatkan kepercayaan sekaligus loyalitas konsumen, yang merupakan faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Selain itu, transparansi harga juga berperan sebagai langkah preventif untuk mengurangi potensi konflik antara penjual dan pembeli yang sering kali

⁸ Fadli Daud Abdullah, et. al , “Analisis Tujuan dan Manfaat Penelitian Ilmiah dalam Pengembangan Hukum Ekonomi Syariah Perspektif Teoritis dan Aplikatif,” *Iqtishad Sharia: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah & Keuangan Islam* 2, no. 2 (2024), hlm, 76–92.

disebabkan oleh ketimpangan informasi maupun perbedaan persepsi terkait harga. Lebih lanjut, penelitian ini diharapkan dapat mendorong pelaku usaha untuk menyesuaikan praktik bisnis mereka dengan prinsip-prinsip dalam Hukum Ekonomi Syariah, yang menitikberatkan pada nilai kejujuran, keadilan, serta tanggung jawab profesional. Penerapan nilai-nilai tersebut tidak berdampak hanya pada peningkatan reputasi usaha, tetapi juga diharapkan mampu menghadirkan keberkahan (barakah) dalam setiap aktivitas ekonomi yang dilakukan.

d. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mempeluas literatur ilmiah di bidang Hukum Ekonomi Syariah, khususnya di bidang praktik perdagangan skala mikro dan perlindungan konsumen. Penelitian mengenai praktik perdagangan di tingkat lokal, seperti toko kelontong atau pasar tradisional, menjadi penting karena dapat memberikan gambaran nyata tentang bagaimana prinsip-prinsip dalam ekonomi syariah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat meningkatkan referensi akademik yang membahas keterkaitan antara teori muamalah dan praktik ekonomi masyarakat secara empiris.

E. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami terkait dengan “Transparansi Harga Dalam Praktik Jual Beli Di Toko Kelontong Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan UUPK (Studi Desa

Jarakan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung)”, maka diperlukan penegasan istilah secara konseptual dan operasional. Untuk memperjelas judul berikut, maka perlu adanya penegasan istilah seperti berikut ini:

1. Penegasan Konseptual

a. Transparansi Harga

Secara konseptual, transparansi harga didefinisikan sebagai keterbukaan pelaku usaha dalam menyampaikan informasi terkait harga barang atau jasa secara jelas, benar, dan tidak menyesatkan. Transparansi ini mencakup kejelasan nominal harga, kesesuaian antara harga yang diinformasikan dengan jumlah yang harus dibayar, serta tidak adanya perlakuan berbeda terhadap konsumen dalam penetapan harga.⁹

b. Praktik Jual Beli

Praktik jual beli secara konseptual merupakan aktivitas pertukaran nilai antara barang atau jasa antara penjual dan pembeli dengan sejumlah nilai atau harga yang disepakati bersama untuk memenuhi kebutuhan masing-masing pihak. Jual beli pada dasarnya adalah bentuk interaksi ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada perpindahan kepemilikan suatu barang,

⁹ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hlm, 70.

tetapi juga mencerminkan adanya hubungan hukum yang menimbulkan hak serta kewajiban antara pihak yang terlibat. Dalam pelaksanaannya, praktik jual beli menuntut adanya kejelasan mengenai objek yang diperjual belikan, harga serta kesepakatan yang dilakukan secara sukarela tanpa adanya unsur paksaan, penipuan, atau informasi yang menyesatkan. Dengan demikian, praktik jual beli dalam penelitian ini dipahami sebagai suatu kegiatan transaksi ekonomi yang menekankan prinsip kejujuran, keterbukaan, dan keadilan guna menciptakan hubungan transaksi yang seimbang serta memberikan kepastian bagi penjual maupun pembeli.¹⁰

c. Toko Kelontong

Secara konseptual, Toko kelontong merupakan usaha perdagangan berskala kecil yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari secara eceran. Umumnya, usaha ini dikelola secara mandiri atau berbasis keluarga dengan jangkauan pelayanan yang terbatas pada lingkungan sekitar.¹¹ Ciri khas toko kelontong antara lain penggunaan sistem penjualan yang masih sederhana, adanya hubungan sosial yang erat dengan pelanggan, serta minimnya penggunaan teknologi

¹⁰ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hlm, 33.

¹¹ M. Umer Chapra, *Islam and the Economic Challenge*, (Leicester: Islamic Foundation, 1992), hlm. 210.

dalam pengelolaan usaha.¹² Dalam praktiknya, banyak toko kelontong yang belum menerapkan pencantuman harga secara terbuka, sehingga konsumen harus menanyakan harga secara langsung kepada penjual.

d. Hukum Ekonomi Syariah

Hukum ekonomi syariah secara konseptual merupakan seperangkat aturan yang mengatur aktivitas ekonomi berdasarkan prinsip-prinsip syariat islam. Prinsip tersebut meliputi kejujuran (*ash-sidq*), keadilan (*'adl*), amanah (*al-amanah*), serta larangan terhadap praktik yang menimbulkan kerugian seperti riba dan penipuan.¹³

Hukum ini bersifat aplikatif dalam kehidupan masyarakat, di mana setiap aktivitas ekonomi harus dilandasi dengan transparansi, kejujuran, serta tanggung jawab moral. Selain itu, hukum ekonomi syariah juga bertujuan untuk mewujudkan pembagian keadilan serta kesejahteraan bagi seluruh masyarakat.

e. Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Secara konseptual, Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan peraturan perundang-undangan yang menjadi landasan hukum dalam memberikan perlindungan

¹² Anggita Silviana Awalia Putri, et.al, "Sistem Informasi Pendataan dan Penjualan Barang Toko Kelontong Ibu Yulia," *Jurnal Sains dan Informatika* 10, No. 1 (2024), hlm. 58-66, <https://ejournal.bsi.ac.id>

¹³ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 390.

terhadap hak-hak konsumen serta mengatur kewajiban pelaku usaha dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Keberadaan perlindungan konsumen berujuan untuk menciptakan keseimbangan hubungan hukum antara konsumen dengan pelaku usaha, mengingat dalam praktik transaksi sering terdapat ketimpangan informasi maupun posisi tawar yang dapat merugikan konsumen. Berdasarkan Pasal 1 angka 1, perlindungan konsumen diartikan sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Dalam konteks penelitian ini, UUPK digunakan sebagai dasar normatif untuk menilai kewajiban pelaku usaha toko kelontong dalam memberikan informasi harga yang benar, jelas, dan jujur kepada konsumen, terutama sebagaimana ditegaskan dalam hak konsumen atas informasi pada Pasal 4 huruf c.¹⁴

2. Penegasan Operasional

Transparansi harga dioperasionalkan sebagai bentuk keterbukaan pelaku usaha toko kelontong dalam menyampaikan informasi harga kepada konsumen, baik melalui pencantuman harga pada barang, pemberitahuan harga secara lisan saat transaksi, maupun kesesuaian antara harga yang diinformasikan dan jumlah

¹⁴ Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 angka 1 dan Pasal 4 huruf c, tersedia pada database JDIH BPK: UU No. 8 Tahun 1999 (JDIH BPK)

pembayaran yang dibayarkan kepada konsumen. Indikator operasionalnya meliputi kejelasan informasi harga, konsistensi harga dalam transaksi, dan tidak adanya perubahan harga yang signifikan. Dalam penelitian ini, praktik jual beli didefinisikan sebagai semua tindakan yang terjadi antara pembeli dan penjual di toko kelontong, termasuk memilih barang, memberikan informasi harga, melakukan pembayaran, dan akhirnya menyerahkan barang kepada konsumen. Fokus pengamatan diarahkan pada bagaimana interaksi transaksi berlangsung, khususnya terkait keterbukaan informasi harga dan pola komunikasi antara pelaku dengan konsumen.¹⁵

Toko kelontong ini beroperasi di Desa Jarakan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung. Toko menjual barang-barang harian seperti sembako, makanan ringan, minuman, perlengkapan mandi, dan lainnya. Toko kelontong dalam penelitian ini dipahami sebagai lokasi empiris di mana praktik transaksi langsung terjadi antara penjual dan konsumen. Toko-toko ini biasanya menggunakan sistem pelayanan sederhana dan komunikasi personal, tanpa standar informasi harga modern.¹⁶

Di sisi lain, hukum ekonomi syariah digunakan sebagai standar yang digunakan untuk memeriksa apakah praktik

¹⁵ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 75.

¹⁶ Anggita Silviana Awalia Putri, et. al, "Sistem Informasi Pendataan...", hlm. 58-66.

transparansi harga sesuai dengan prinsip-prinsip hukum islam, terutama yang berkaitan dengan kejujuran (*ash-shidq*), keadilan (*al-'adl*), amanah (*al-amanah*), dan larangan *gharar* (ketidakjelasan). Selain itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen digunakan sebagai alat legal yang digunakan untuk menilai apakah praktik transparansi harga di toko kelontong telah melindungi hak konsumen, terutama hak untuk memperoleh informasi yang akurat, jelas, dan jujur tentang barang yang diperdagangkan, serta kewajiban pelaku usaha untuk memberikan konsumen informasi yang akurat.