
PENGEMBALIAN UANG BELANJA KONSUMEN DIGANTI PERMEN PADA SAAT TRANSAKSI

Oleh

Laras Sati¹, Felisa Prilly Priscilla Santoso², Gamas Andika Wijaya³^{1,2,3}Universitas 17 Agustus 1945 SurabayaEmail: ¹satilaras77@yahoo.com, ²felisaprilly9@gmail.com,³Gamas.wijaya11@gmail.com

Article History:

Received: 06-05-2022

Revised: 22-05-2022

Accepted: 25-06-2022

Keywords:

Business Actors; Consumer Rights, Retail

Abstract: What we often experience when shopping at both supermarkets and minimarkets is that there is often a transfer of consumer change in other forms, such as offers of donations made unilaterally by business actors and some even return them in other forms such as candy. In this case, many consumers complain not because of the large nominal amount of money but rather the mentality of business actors who are less able to capture the psychological burden of consumers. In this paper, the author seeks to reveal how the phenomenon of money transfer practices in several cities in Indonesia and how to resolve disputes over money transfer cases in several cities in Indonesia

PENDAHULUAN

Kehadiran pasar tradisional kini semakin tergeser karena perkembangan zaman yang menghadirkan retail-retail yang memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-harinya. Pada zaman milenial saat ini untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mulai dari ibu-ibu hingga anak-anak milenial lebih memilih berbelanja di retail terdekat seperti minimarket, swalayan dan retail lainnya. Bukan tidak ada sebab mengapa masyarakat lebih memilih retail-retail atau pusat pembelanjaan yang modern dibanding pasar tradisional, dikarenakan retail mempunyai keunggulan yang tidak ada di pasar tradisional seperti tempat yang sejuk, teduh, bersih, aman dari copet karena tidak berdesakan, tata letak produk yang rapi dan adanya struk belanja.

Kehadiran pelaku usaha dewasa ini memberi dampak yang pesat yaitu dampak yang lebih positif dikarenakan banyaknya produk bersaing yang menawarkan kualitas produk yang baik dengan harga terjangkau, produk yang lebih bervariasi sehingga banyak pilihan, kenyamanan dan juga keamanan saat berbelanja.

Kegiatan jual-beli tersebut para konsumen menukarkan barang yang diinginkan dengan pembayaran uang sebagai alat pembayaran yang diakui, biasanya memakai uang kartal sebagai pembayaran *cash* dan bisa juga menggunakan kartu debit untuk alat pembayaran non tunai dalam kegiatan jual-beli, yang telah diakui dan mempunyai dasar hukum untuk dipergunakan sebagai standar harga barang yang diperjualbelikan (Anam, 2018)

Dalam praktiknya pelaku usaha mematok harga barang yang dijual banyak memiliki pecahan yang ganjil seperti contoh Rp. 4.200,00. Maka dalam hal ini jika konsumen

menggunakan pembayaran tunai, seringkali pihak kasir tidak menyediakan kembalian dengan pecahan tersebut dengan solusi menawarkan donasi, mengganti dengan permen bahkan tidak memberikan kembalian tersebut, maka dalam peristiwa ini menimbulkan kerugian terhadap hak konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian kelompok kami memakai metode secara empiris yang bersumber pada fakta empiris yang berdasarkan konseptual perilaku masyarakat yang didapat dari data hasil wawancara dengan berdasarkan perilaku yang nyata. Hal ini penting agar menghasilkan penelitian dengan hasil yang objektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat kepuasan atau kesenangan konsumen termasuk kedalam faktor yang penting untuk pencapaian kesuksesan suatu usaha. Kepuasan konsumen adalah perasaan kesenangan konsumen terhadap kualitas barang atau jasa yang sesuai ekspektasi yang diharapkan. Terdapat beberapa faktor untuk menjadi acuan kepuasan konsumen, yang pertama adalah kualitas produk yang diterima konsumen berkualitas sesuai yang dijanjikan pelaku usaha, yang kedua tingkat kualitas pelayanan yang didapatkan konsumen baik sesuai ekspektasi mereka apalagi dalam hal jasa, yang ketiga emosional konsumen yang merasa puas bila menggunakan jasa atau barang yang ditawarkan, yang keempat mengenai harga produk harus sebanding dengan nominal yang dikeluarkan oleh konsumen, yang kelima mengenai efisiensi biaya jadi konsumen tidak perlu menambah biaya tambahan untuk pelayanan lain.

Dalam beberapa poin diatas dari keunggulan retail seperti minimarket yaitu dengan mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan. Willi berpendapat bahwa kepuasan suatu konsumen merupakan wujud nyata timbal balik dari hasil observasi terhadap fenomena pelanggan pada barang ataupun jasa.

Cara untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen bisa melalui cara survey kepuasan konsumen, dilakukan dengan tertulis melalui kotak saran atau dapat menggunakan media internet dengan membuat survey online.

Stifani (2002:51) berpendapat Arti dari Kepuasan atau kesenangan terbagi menjadi 2 jenis, yang pertama adalah kepuasan fungsi dan kepuasan psikologi. Kepuasan fungsi adalah bentuk kepuasan yang diperoleh dari manfaat barang/jasa yang digunakan oleh pelanggan dan untuk kepuasan psikologi adalah bentuk kepuasan yang diperoleh dari hal yang tak berwujud dari barang atau jasa yang digunakan oleh pelanggan. (NURUL PRATIWI, 2020)

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur dalam keberhasilan suatu pemasaran di perusahaan, apabila pelanggan tidak puas dengan hasil yang didapat akan menurunkan penjualan dan laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Tjiptono (1996:159) ketidakpuasan pelanggan dapat dikarenakan dari beberapa faktor penyebab yaitu faktor dalam dan luar. Faktor dalam adalah faktor yang masih bisa dikendalikan oleh pelaku usaha, sebagai contoh karyawan yang tidak profesional, kesalahan dalam transaksi dan lain sebagainya. Mengenai faktor luar adalah faktor yang berasal diluar kendali pelaku usaha seperti kendala infrastruktur, cuaca dan masalah pribadi pelanggan.

Sarwono berpendapat bahwa (2002:51) berbagai macam faktor penyebab yang berpengaruh pada pelanggan yaitu kualitas dari suatu produk dan bagaimana *service* mereka, kegiatan dalam penjualan produk, pelayanan saat bertransaksi. Sedangkan menurut Cravens (dalam Soleh, 1996:9) berpendapat bahwa faktor penyebab yang berpengaruh terhadap tingkat puas konsumen yaitu bagaimana mekanisme pengiriman produk yang efisien, kualitas produk, citra produk, nilai harga produk, prestasi karyawan, keunggulan dan kelemahan pesaing.

Sehubungan dengan beberapa poin yang telah dijelaskan, Moenir berpendapat (1998:197) tingkat kepuasan suatu konsumen sangat berpengaruh oleh tingkat *service* mereka. pelayanan yang sangat baik terdiri dari 4 syarat yaitu : a. perilaku yang baik dan profesional b. penyampaian sesuatu yang berhubungan dengan yang seharusnya diterima oleh konsumen c. tepatnya waktu penyampaian. d) tingkat keramahtamahan pelayanan.

Paul dan Doenely (2007) berpendapat dalam buku ciptaan mereka dengan judul *Marketing Management: Knowledge and Skills* yang berpendapat bahwa dalam proses evaluasi layanan umum konsumen dapat digunakan dari faktor faktor yaitu: a. bukti langsung (mencakup dari layanan fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi b. keandalan (kemampuan dalam memberikan pelayanan yang optimal akurat dan memuaskan c. daya tanggap (upaya para pegawai atau staff untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang sigap, d jaminan (kemampuan, pengetahuan, kesopanan, dan sifat yang dapat pegawai dan staff) dan e. empati (kemudahan dalam tautan komunikasi dan kebutuhan dari konsumen). (Dzikrulloh, 2018)

Salah satu faktor pendukung dari kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang maksimal, hal ini dapat dijadikan salah satu alat dalam mencapai keberhasilan perusahaan.

Perbandingan penelitian pertama menjelaskan tentang penggunaan uang elektronik yang bersifat praktis serta tingkat keamanan lebih tinggi memberikan pengaruh positif terhadap konsumen dikarenakan akan meningkatkan jumlah permintaan masyarakat terhadap suatu barang dan jasa.¹ Penelitian kedua membahas tentang adanya pandangan hukum Islam mengenai fenomena tarikan dari uang kembalian konsumen ditujukan untuk donasi, dalam pandangan Islam donasi memiliki kata lain yaitu infaq dan shadaqah. Sedekah (shadaqah) berasal dari kata shad' atau shid' "yang berarti suatu kesungguhan, kebenaran"; dijadikan sebagai bukti kebenaran atas keimanan seseorang.

Menurut jurnal yang kedua ini, dalam donasi menurut hukum islam harus adanya akad dari kedua belah pihak, dan harus ridha/ikhlas dalam memberikan kembalian uang donasi tersebut.²

Penelitian ketiga yaitu menjelaskan tentang bentuk perlindungan hukum bagi konsumen yang terkait kerugian atas pengembalian uang kembali yang tidak sesuai di minimarket Alfamart dengan solusi agar pihak alfamart menyediakan uang pecahan receh mengingat harga produk yang dijual memiliki nominal harga yang ganjil.³

¹Anam, C. (2018). E-money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'ah. *Qawānīn*, 2(1), 288-314.

²Fachrian, R. S., Hidayat, A. R., & Fawzi, R. (2020). Analisa Hukum Islam terhadap Penarikan Uang Kembalian untuk Program Donasi. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 115-111

³Wiranatha, I. N. O., & Purwanto, I. W. N. (n.d.). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Pemberian Uang Kembali yang Tidak Sesuai di Alfamart. *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum*, 8(1), 1-15.

Para pelaku usaha dalam hal menawarkan produk-produk atau jasa demi kebutuhan pokok para konsumen dan untuk itu para pelaku usaha memperoleh keuntungan atas jasa penyediaan barang serta semakin besar pula kebebasan konsumen dalam hal memilih kualitas dan juga jenis barang dan juga jasa yang ditawarkan dan memberi kemudahan untuk para konsumen dalam memenuhi kebutuhan pokok mereka.

Perlindungan Hukum Kepada Konsumen Yang Mengalami Kerugian

Pengertian tentang perlindungan konsumen yaitu jaminan dengan adanya kepastian hukum guna melindungi konsumen. Sedangkan yang dimaksud dengan perlindungan hukum ialah segala tindakan atau perbuatan yang mengatur berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia yang mana mengatur kewajiban dan haknya subjek hukum.

Munculnya bentuk perlindungan hukum dikarenakan adanya suatu hubungan hukum. Hubungan hukum adalah terjadi hubungan yang terjadi antara subyek hukum dimana hak dan kewajiban masing-masing pihak berhadapan dengan pihak yang lain Tujuan dalam perlindungan konsumen ialah dapat terwujudnya dan terciptanya rasa aman oleh konsumen dari segala bentuk tindakan kecurangan oleh pelaku usaha. Oleh sebab itu perlindungan konsumen sangat penting dalam kehidupan guna dapat hak dan kewajiban konsumen dapat terlindungi dan adanya kepastian hukum.

Tujuan dibentuknya perlindungan konsumen adalah : yang pertama yaitu meningkatnya pemberdayaan menentukan dan menuntut hak-haknya dan juga meningkatnya kesadaran, kemandirian dan mampu untuk melindungi diri sebagai konsumen, kedua untuk terciptanya suatu kepastian hukum dalam sistem perlindungan konsumen. ketiga Dalam peningkatan kualitas produk dalam memproduksi barang dan juga jasa.

Diatur pula mengenai macam hak konsumen agar konsumen dapat menyadari jika terjadinya pelanggaran hak konsumen maka konsumen dapat bertindak dan mengetahui apa saja haknya dan tidak hanya diam menerima apa adanya apabila mengalami kerugian yang disebabkan para pelaku usaha. Hak konsumen adalah sebagai berikut: pertama yaitu keselamatan dan jaminan pengamanan dalam menggunakan suatu produk, kedua memilih produk yang sesuai dengan jaminan, ketiga informasi yang benar, keempat tidak diskriminatif, kelima mendapat ganti rugi, keenam agar didengar sarannya.

Suatu hak dapat diperoleh jika kewajiban telah dipenuhi konsumen yaitu antara lain: menggunakan aturan pakai apabila hendak memanfaatkan suatu barang atau jasa, beritikad baik, membayar sesuai kesepakatan.

Mengenai hak pelaku usaha juga diatur yaitu menerima pembayaran yang sesuai kesepakatan, dapatnya perlindungan hukum, dapat membela diri dengan patut, rehabilitasi nama baik jika tidak terbukti bersalah dengan sengketa yang telah terjadi.

Suatu hak dapat diperoleh jika kewajiban telah dipenuhi pelaku usaha yaitu : beritikad baik, memberikan informasi yang jelas tentang barang/jasanya, tidak diskriminatif dalam melayani, jaminan mutu barang, memberikan tester, memberikan kompensasi.

Dalam permasalahan yang diteliti saat ini terdapat didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen(UUPK), peraturan ini mengatur keseluruhan hak dan kewajiban para konsumen. Pada 4 (G) berisi tentang peraturan hak konsumen yaitu “konsumen memiliki hak untuk dilayani secara baik dan professional sesuai prosedur dan realistis tidak berbohong serta tidak berbuat diskriminatif”, di lain sisi konsumen memiliki kewajiban yang

diatur pada pasal 5 (C) yaitu “konsumen wajib melunasi menggunakan nilai tukar yang telah disepakati”. Para konsumen membeli produk di retail menggunakan sistem komputer yang di pakai oleh kasir, dalam hal ini konsumen sudah bersedia menyediakan uang pembayaran untuk membayar atas barang yang mereka beli, maka dalam hal ini para pihak konsumen memiliki hak atas penerimaan uang sisa kembalian apabila nilai uang total yang dibayar melebihi dari total harga barang yang ditawarkan.⁴(NURUL PRATIWI, 2020)

Para konsumen yang bertransaksi menggunakan uang pecahan yang memiliki nilai nominal lebih dari total harga barang yang mereka beli maka konsumen memiliki hak atas uang kembalian yang utuh dan tidak diperbolehkan dikurangi. Apabila uang kembalian yang diterima kurang dari total nominal yang ada di struk belanja hal itu akan menyebabkan kerugian bagi konsumen.

Lain sisi pada UUPK dijelaskan , diatur pula hak dan kewajiban pihak pelaku usaha. Pada hal ini kami mengambil contoh Pasal 6 (a) bahwa hak para pelaku usaha yaitu “memiliki hak untuk menerima suatu pelunasan yang sesuai dengan situasi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperjualbelikan”. Pada hal ini para pihak Retail sebagai pelaku usaha sudah menerima hak pembayarannya yang telah sesuai untuk membayarbenda yang dibeli dari tempatnya, maka dalam hal ini hak pelaku usaha telah terpenuhi. Di lain sisi ada pula kewajiban pelaku usaha yang wajib dipenuhi yakni pada Pasal 7 (a) yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha yaitu “ memiliki itikad yang baik dalam mengatur kegiatan usahanya”, dan pada huruf c pula menjelaskan “pelaku usaha wajib melayani sesuai prosedur serta bersifat jujur tanpa adanya perilaku yang diskriminatif terhadap konsumen”. Mengenai fenomena kurangnya uang kembalian yang diterima oleh pihak konsumen retail, maka dalam hal ini pihak pelaku usaha retail dianggap telah melanggar suatu kewajiban sebagai pelaku usaha dan tidak memenuhi hak konsumen.(Ade, 2020)

Apabila Hak para konsumen tidak dipenuhi dalam hal kurangnya pemberian sisa uang kembali maka hal tersebut menimbulkan dampak kerugian dari konsumen. Pada Pasal 19 Ayat (1) diatur tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam hal ganti rugi.

Dalam temuan wawancara penelitian ini pihak pelaku usaha sama sekali tidak mengetahui apabila perbuatan mereka telah melanggar hukum perlindungan konsumen ada juga yang telah mengetahui tapi enggan untuk memenuhi peraturan tersebut, yakni dengan memberikan uang kembalian digantikan dengan permen dan pemasukan uang kembali kedalam donasi yang sepihak tanpa konfirmasi terlebih dahulu kepada konsumen hal ini dikarenakan minimnya fasilitas pembayaran non tunai di minimarket dan para pelaku usaha memilih jalan alternatif yang singkat. Pihak konsumen mengetahui hak mereka sebagai konsumen tidak dipenuhi tetapi mereka tidak memperdulikan hal tersebut karena dianggap tidak masalah karena nominal yang kecil bahkan ada konsumen yang malu untuk mempermasalahkan hal tersebut.

Terjadinya praktik pengalihan uang kembalian konsumen adalah saat konsumen hendak membayar barang pilihan yang mereka inginkan, saat berada di kasir praktik pengalihan uang kembalian konsumen bisa saja terjadi jika memungkinkan. Situasi yang tidak memungkinkan adalah saat belanjaan tersebut dengan total belanjaan terhitung genap

⁴ NURUL PRATIWI, N. P. (2020). PENGALIHAN UANG KEMBALIAN PADA TRANSAKSI DI INDOMARET KECAMATAN BARA KOTA PALOPO: PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH. Institut agama islam Negeri (IAIN Palopo).

dan berjumlah besar contoh: Rp. 40.000,- lalu konsumen membayar dengan uang Rp. 50.000,- maka pihak pelaku usaha akan mengembalikan Rp. 10.000,- sebagaimana mestinya, maka situasi ini tidak dapat terjadinya praktik pengalihan uang. Namun jika total belanjaan konsumen tersebut berjumlah ganjil seperti Rp. 40.700,- jumlah ganjil tersebut dapat terjadinya pengalihan uang jika tidak adanya uang receh yang tersedia di retail tersebut, maka pihak pelaku usaha mengembalikan uang konsumen sebanyak Rp. 9.000,- ditambah 1 permen atau pelaku usaha menawarkan Rp. 300,- agar didonasikan sebagai pengalihan uang kembalian konsumen.

Penyelesaian Hukum Terhadap Kasus Konsumen Yang Mengalami Kerugian

Perilaku pelaku usaha dengan memberikan permen atau uang kembalian yang kurang menimbulkan kerugian bagi para konsumen, meskipun sekecil apapun nominal tersebut tetap sebagai hak konsumen untuk didapatkan. Pada keadaan lapangan pihak pelaku usaha menyepelkan nominal tersebut dan dilain sisi pihak konsumen merasa enggan untuk melakukan upaya hukum dikarenakan perbuatan tersebut dianggap sia-sia dikarenakan tidak akan ditindak lanjuti oleh para penegak hukum.

Secara garis besar pertanggungjawab para pelaku usaha terdapat 3 yaitu dengan memberikan kompensasi kepada konsumen, pencegahan dan penyebaran resiko yang mencakup dalam hal penggantian rugi karena kerusakan, penggantian rugi karena pencemaran, penggantian rugi karena konsumsi barang tersebut.

Mengenai jalur penyelesaian sengketa terdapat 2 metode yaitu dengan metode penal (peradilan) dan non penal (di luar peradilan). Mengenai penyelesaian melalui jalur di luar pengadilan dapat ditempuh melalui kesepakatan musyawarah atau melalui lembaga yang diberi wewenang untuk menyelesaikan permasalahan antara pelaku usaha dan konsumen yakni BPSK. Dalam hal ini, pihak konsumen membawa bukti berupa struk lalu dari hasil musyawarah ini akan diberikan suatu pengembalian yang sepenuhnya sesuai yang tertera dalam struk.

Mengenai penyelesaian penal (peradilan) dapat ditempuh dengan melaporkan kepada pihak yang berwajib untuk selanjutnya diproses ke jalur hukum.

KESIMPULAN

1. Pihak selaku konsumen telah dirugikan dengan tidak mendapatkan haknya yaitu uang kembalian, tetapi mereka enggan mempermasalahakan hal tersebut dikarenakan nominal yang kecil. Mengenai perlindungan hukum konsumen terkait kerugian tersebut telah diatur pada UUPK Pasal empat, pihak pelaku usaha dapat dikatakan tidak memenuhi kewajibannya yang telah diatur pada pasal tujuh huruf a maka dalam hal ini pihak pelaku usaha wajib mengganti kerugian konsumen
2. Mengenai penyelesaian akibat kurangnya uang kembalian yang menimbulkan kerugian pada konsumen ini agar lebih efektif dapat melalui musyawarah antara pihak pelaku usaha dengan konsumen dengan meminta agar memberi ganti kerugian. Apabila tidak terjadi kesepakatan, pihak konsumen dapat melaporkan kejadian ini ke BPSK dengan melampirkan bukti bukti yang terkait.

SARAN

1. Pihak pelaku usaha retail harus menyediakan kembalian uang receh mengingat terdapat banyak nominal harga yang ganjil
2. Menyediakan pembayaran non tunai yang efektif seperti qr code, debit card (Listyani et al., 2018)
3. Pemerintah melakukan penyuluhan mengenai pentingnya mengenai apa saja hak dan kewajiban para pelaku usaha dan konsumen melalui media atau berita
4. Sebagai konsumen jangan takut dan ragu untuk berkomentar apalagi terjadi kerugian yang disebabkan oleh pelaku usaha
5. Pelaku usaha memberikan sanksi kepada para pegawainya apabila timbul *complaint* dari konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fachrian, R. S., Hidayat, A. R., & Fawzi, R. (2020). Analisis Hukum Islam terhadap Penarikan Uang Kembalian untuk Program Donasi. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 115–117.
- [2] Listyani, H. T., Handojo, A., & Palit, H. N. (2018). Simulasi transaksi pembayaran online dengan studi kasus kantin Universitas Kristen Petra. *Jurnal Infra*, 6(1), 56–62.
- [3] NURUL PRATIWI, N. P. (2020). *PENGALIHAN UANG KEMBALIAN PADA TRANSAKSI DI INDOMARET KECAMATAN BARA KOTA PALOPO: PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH*. Institut agama islam Negeri (IAIN Palopo).
- [4] Amanah Bangkalan. *Wacana Equiliberium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 6(02), 1–8.
- [5] Dzikrulloh, D. (2018). Optimalisasi Bisnis Pondok Peantren Dengan Elektronisasi Sistem Pembayaran Studi Kasus Pondok Pesantren Nurul Amanah Bangkalan. *Wacana Equiliberium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 6(02), 1–8.
- [6] Listyani, H. T., Handojo, A., & Palit, H. N. (2018). Simulasi transaksi pembayaran online dengan studi kasus kantin Universitas Kristen Petra. *Jurnal Infra*, 6(1), 56–62.
- [7] Kitab undang – undang hukum perdata tentang perlindungan konsumen
- [8] Rosmawati, 2019, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cet.pertama, PT Prenadamedia Group, Jakarta
- [9] Ade, N. (2020). *PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP PENGALIHAN UANG KEMBALIAN OLEH PELAKU USAHA INDOMARET DI KABUPATEN TEGAL*. Universitas Pancasakti Tegal.
- [10] Anam, C. (2018). E-money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'ah. *Qawānīn*, 2(1), 288214.
- [11] Fachrian, R. S., Hidayat, A. R., & Fawzi, R. (2020). Analisis Hukum Islam terhadap Penarikan Uang Kembalian untuk Program Donasi. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 115–117.
- [12] NURUL PRATIWI, N. P. (2020). *PENGALIHAN UANG KEMBALIAN PADA TRANSAKSI DI INDOMARET KECAMATAN BARA KOTA PALOPO: PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH*. Institut agama islam Negeri (IAIN Palopo).

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN