

**MEKANISME PENETAPAN HARGA DI TOKO GROSIR ALAT  
TULIS ALISA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

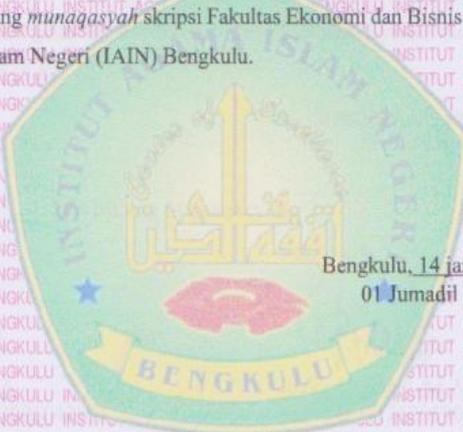
**OLEH :**

**ABDUL AZIZ**  
**NIM. 1611130157**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
BENGKULU, 2021 M/1442 H**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang ditulis oleh Abdul Aziz, NIM 1611130157 dengan judul "Mekanisme Penetapan Harga di Toko Grosir Alat Tulis Alisa Ditinju Dari Etika Bisnis Islam" Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini di setujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.



Bengkulu, 14 Januari 2020 M.  
01 Jumadil Akhir 1442H

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Asnaini, M.A.**  
NIP. 197312041998052001

**Khairiah Elwardah, M.Ag.**  
NIP. 197808072005012008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU

Jalan Radhik Falaah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38214  
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Mekanisme Penetapan Harga di Toko Grosir Alat

Tulis Alisa Ditinju Dari Etika Bisnis Islam", oleh Abdul Aziz NIM. 1611130157.

Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Bengkulu (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 26 Januari 2021 M / 13 Jumadil Akhir 1442 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 05 Januari 2020 M  
23 Jumadil Akhir 1442 H

Tim Sidang Munaqasyah

Sekretaris

*Desi Isnami*  
Desi Isnami, MA  
NIP. 197412022006042001

*Rizky Hariyadi*  
Rizky Hariyadi, M. Acc  
NIP. 198711262019031004

Penguji I  
*Desi Isnami*  
Desi Isnami, MA  
NIP. 197412022006042001

Penguji II  
*Nonie Affianty*  
Nonie Affianty, ME  
NIP. 199304242018012002

Mengetahui  
Dekan

*Dr. Asnani*  
Dr. Asnani, MA  
NIP. 197304121998032003

*MOTTO*

خَلَقَ الَّذِي رَبُّكَ بِأَسْمِ أَقْرَأُ

*“Bacalah dengan nama Tuhanmu Yang menciptakan”*

*(QS. Al-Alaq : 1)*

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua Abi dan Ummi yang selalu mendukung dan mendoakan ku atas tercapainya keberhasilanku.
2. Ketiga saudariku tercinta dan tersayang yang selalu memberikan motivasi dan selalu mendoakan, mencintaiku serta memberikan keikhlasan untuk mendukungku atas tercapainya keberhasilanku.
3. Nenekku yang selalu mendoakan dari jarak jauh yang sangat berperan dalam memotivasiku untuk bisa memasuki kampus hijau.
4. Keponakan ku yang sangat aku sayangi, Inayah Salsabilah, Afika Nayla dan Annisa Humairah
5. Partner yang selalu menemani saya dalam pengerjaan skripsi ini  
Diyana Utami
6. Kedua pembimbing skripsiku pembimbing I Ibu Dr. Asnaini, M.A dan pembimbing II Khairiah elWardah, M.Ag yang telah membimbingku dengan penuh kesabaran serta keikhlasan.
7. Seluruh Dosen Fakultas FEBI IAIN Bengkulu
8. Keluarga besar KKN Luar Negeri Malaysia yang telah memberikan dukungan.
9. Teman-teman seperjuanganku keluarga besar Ekonomi Syariah
10. Kampus hijauku tercinta IAIN Bengkulu dan FEBI yang telah memberikanku ilmu, dan Almamater hijau yang tercinta.

## SURAT PERNYATAAN

Nama : Abdul Aziz

NIM :1611130157

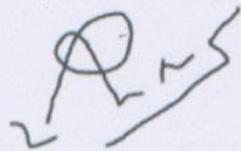
Judul Skripsi : Mekanisme Penetapan Harga Jual Perspektif Etika Bisnis Islam  
(Studi Pada Toko Alat Tulis Alisa Panorama Kota Bengkulu) Telah dilakukan  
verifikasi plagiat melalui <https://smallseotools.com/plagiarismchecker/> skripsi  
yang bersangkutan dapat digunakan dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Dengan demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan  
untuk digunakan sebagaimana hasilnya. Apabila terdapat kekliruan dalam  
verifikasi ini maka akan dilakukan tinjauan ulang kembali

Bengkulu, 19 Januari 2021

7 Jumadil Akhir 1442 H

Mengetahui Tim Verifikasi  
Pernyataan



Dr. Nurul Hak, M.A  
NIP. 196606161995031003

Yang Membuat



Abdul Aziz  
NIM. 1611130157

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Mekanisme Penetapan Harga Jual Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Toko Alat Tulis Alisa Panorama Kota Bengkulu)” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang sah dari pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah tertulis atau dipublikasi orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan di cantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebut nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 14 Januari 2021 M  
01 Jumadil Akhir 1442 H

Mahasiswa yang menyatakan



**Abdul Aziz**  
NIM 1611130157

## ABSTRAK

Mekanisme Penetapan Harga Di Toko Alat Tulis Alisa Ditinjau  
Dari Etika Bisnis Islam  
Oleh Abdul Aziz, NIM. 1611130157

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme penetapan harga di toko Alisa Panorama Bengkulu dan untuk mengetahui penetapan harga di toko Alisa Kota Bengkulu dalam pandangan etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder dan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme yang digunakan oleh toko Alisa adalah mekanisme *Going Rate Pricing* yaitu mekanisme penentuan harga dengan mengikuti harga yang berlaku di pasaran dan mekanisme *Mark-up* yaitu mekanisme yang seluruh biaya operasional ditambah laba yang diinginkan. Mekanisme Penetapan harga di toko grosir alat tulis Alisa kota Bengkulu sudah sesuai dengan ketentuan Etika Bisnis Islam. Penetapan harga yang diterapkan di toko Alisa mengandung ketentuan dasar etika bisnis Islam yaitu *Tauhid*, Keseimbangan, Tanggung Jawab, Kehendak Bebas, Dan *Ihsan*

Kata Kunci: Mekanisme, Penetapan Harga, Penetapan Harga dalam Etika Bisnis Islam

## **ABSTRACT**

### **Pricing Mechanism at Alisa's Stationery Store in terms of Islamic Business Ethics**

**By Abdul Aziz, NIM. 1611130157**

This study aims to determine the price fixing mechanism at the Alisa Panorama Bengkulu shop and to determine the price fixing at the Alisa Bengkulu City shop in terms of Islamic business ethics. This study used a qualitative descriptive method with primary and secondary data sources and used data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation. The results show that the mechanism used by Alisa's shop is the Going Rate Pricing mechanism, namely the price determination mechanism by following the price prevailing in the market and the Mark-up mechanism, namely the mechanism where all operational costs are added to what is desired. the advantage. The pricing mechanism at the Alisa stationery wholesale shop in Bengkulu city is in accordance with the provisions of Islamic Business Ethics. The price setting applied at the Alisa shop contains basic provisions of Islamic business ethics, namely Tauhid, Balance, Responsibility, Free Will, and Ihsan.

**Keywords:** Mechanism, Pricing, Pricing in Islamic Business Ethics

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat-Nya yang telah memberikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Mekanisme Penetapan Harga Jual Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Toko Alat Tulis Alisa Panorama Kota Bengkulu)”

Dalam mempersiapkan, menyusun, hingga menyelesaikan skripsi ini, telah banyak mendapatkan bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak yang semuanya itu sangat berarti, maka dalam kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajudin. M.,M.Ag, MH, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di kampus hijau tercinta.
2. Dr. Asnaini, MA Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu sekaligus selaku pembimbing 1 yang telah sabar dalam proses mendidik dan proses pembelajaran, serta memberikan pengarahan dan motivasi selama bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Desi Isnaini, MA Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan izin dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Khairiah ElWardah, M.Ag selaku pembimbing II yang telah memberikan pengarahan, motivasi dan semangat selama bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
5. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu pengetahuan.
6. Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik.
7. Kedua orang tuaku yang tercinta yang selalu mendo'akan dan memberi semangat dalam penulisan karya ilmiah ini.
8. Semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Oleh karena itu penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bengkulu, November 2020 M  
6 Rabiul Akhir 1442 H

Penulis

Abdul Aziz  
NIM 1611130157

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Penelitian Terdahulu .....	8
F. Metode Penelitian.....	15
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	15
2. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	16
3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	16
4. Teknik Analisis Data .....	18

### **BAB II KAJIAN TEORI**

A. Teori Jual Beli .....	20
1. Pengertian Jual Beli.....	20
2. Dasar Hukum Jual Beli .....	20
3. Rukun Jual Beli .....	21
B. Mekanisme Penetapan Harga .....	22
1. Pengertian Mekanisme Harga .....	22
2. Mekanisme Dalam Menentukan Harga.....	23
3. Kurva Permintaan dan Penawaran .....	25
C. Teori Harga .....	26
1. Pengertian Harga .....	26
2. Landasan Hukum Penetapan Harga .....	27
3. Tujuan Penetapan Harga Dalam Islam.....	29
4. Faktor-faktor Penetapan Harga .....	32
5. Konsep Penetapan Harga Pandangan Pakar Muslim .....	35
D. Etika Bisnis Islam .....	37
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	37

2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam .....	38
3. Ketentuan Dasar Etika Bisnis Islam .....	40
4. Fungsi Etika Bisnis Islam.....	45

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Sejarah Singkat Perusahaan .....	47
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	48
C. Struktur Organisasi Perusahaan .....	49

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. Mekanisme Penetapan Harga Alat Tulis di Toko Grosir Alisa Panorama Kota Bengkulu .....	52
2. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Penetapan Harga di Toko Alat Tulis Alisa Kota Bengkulu.....	62

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	68
B. Saran.....	69

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
-----------------------------	-----------

Lampiran-lampiran

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.....	54
----------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 .....	24
Gambar 2.2.....	25
Gambar 3.1 .....	43

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1: Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 2: Catatan Perbaikan Seminar Proposal
- Lampiran 3: Halaman Pengesahan
- Lampiran 4: Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 5: Surat Izin Penelitian
- Lampiran 6: Jadwal Penelitian
- Lampiran 7: Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 9: Surat Selesai Penelitian

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Jual beli adalah tukar-menukar atau peralihan kepemilikan dengan cara pergantian menurut bentuk yang dibolehkan oleh syara' atau menukar barang dengan barang atau barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak milik dari seseorang terhadap orang lainnya atau kerelaan kedua belah pihak.<sup>1</sup> Jual beli menurut bahasa Arab berasal dari kata باع - يبيع - بيع yang artinya “menjual, mengganti dan menukar”<sup>2</sup> Menurut etimologi jual beli diartikan pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain.<sup>3</sup>

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

*Artinya : Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba*  
. (QS. Al Baqarah: 275)

Islam melarang apapun yang berhubungan dengan penipuan dan pengkhianatan, maka dari itu Islam mewajibkan adanya kerelaan antar kedua pihak baik dari pembeli maupun penjual, jangan sampai ada pihak yang merasa dirugikan dalam terjadinya jual beli.

Pada dasarnya agar jual beli bisa terjadi dengan sah, maka harus di

---

<sup>1</sup>Ibnu Mas'ud dan Zainal Abidin, *Fiqih Madzhab Syafi'i*, (Bandung: Pustaka Setia, 2007), h. 22

<sup>2</sup>Hariman Surya Siregar dan Koko Khoerudin, *Fiqih Muamalah Teori dan Implementasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), h.112

<sup>3</sup>Rachmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 73

penuhi rukun dan syaratnya. rukun jual beli adalah adanya penjual dan pembeli, adanya barang yang diperjualbelikan, dan adanya *sighat* berupa *ijab* dan *qabul*. Sedangkan syarat jual beli adalah adanya keridaan antara penjual dan pembeli, barang yang diperjualbelikan berharga, suci, dan bisa diambil manfaatnya, dan pelaku jual beli telah dewasa, berakal, *baligh*, dan merdeka.<sup>4</sup>

Hikmah dari adanya transaksi jual beli menurut Sayyid Sabiq adalah:

“Jual beli suatu bentuk keluangan dan keluasan dari Allah untuk hamba-Nya, karena manusia secara pribadi mempunyai kebutuhan berupa sandang, pangan dan lain sebagainya. Kebutuhan tersebut tidak akan terputus selama manusia masih hidup di dunia, sehingga manusia pasti membutuhkan orang lain untuk memenuhi hajatnya tersebut. Dalam hubungan dengan manusia tersebut tidak ada yang lebih sempurna kecuali dengan adanya pertukaran dimana seseorang memberikan apa yang ia miliki untuk kemudian hari ia memperoleh sesuatu yang berguna dari orang lain sesuai kebutuhan masing- masing.”<sup>5</sup>

Jual beli dengan segala bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan manusia. Jual beli selalu memegang peranan penting di dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa. Dalam Alquran Surah An Nisa Allah berfirman sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بَحْرَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ رَحِيمًا

---

<sup>4</sup>Wahbah al-Zuhaily, *Al-fiqh al-Islami wa Adillatuh*, Penerjemah Abdul Hayyie al-kattani, dkk, (Jakarta: Gema Insani, 2011), Jilid 5, h.28

<sup>5</sup>Sayyid Sabiq, “*Fiqh As-Sunnah Jilid 12 Alih Bahasa Kamalludin A. Muzaki*”, (Bandung: PT. Alma’arif, 2003) h.48

*Artinya : “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.” (QS. An-Nisa:4:29)*

Berdasarkan ayat Alquran di atas menjelaskan bahwa jual beli jangan dilakukan dengan cara yang batil dan jangan ada unsur pemaksaan antara kedua belah pihak. Dalam melakukan transaksi, barang ataupun jasa yang dijadikan sebagai objek akad haruslah diperbolehkan oleh syariat Islam

Perkembangan agama Islam memberikan pandangan positif terhadap perdagangan dan kegiatan bisnis. Hal ini dibuktikan dengan profesi Nabi Muhammad SAW sebagai seorang pedagang, Islam juga sangat menganjurkan penganutnya agar mencari rezeki melalui jalan perdagangan, bahkan dalam sebuah hadis Nabi bersabda:

*Artinya : “Dari Rifa’ah bin Rafi ra. sesungguhnya Nabi ditanya tentang pekerjaan (profesi) apa yang paling baik, beliau menjawab: pekerjaan seorang lelaki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang diberkati.” (HR. Al-Bazzar dan Al-Hakim)<sup>6</sup>*

Hadis di atas menjelaskan bahwa pedagang merupakan profesi yang paling mulia asalkan dalam prosesnya mengikuti rambu-rambu yang telah ditetapkan. Rambu-rambu tersebut di antaranya: carilah yang halal lagi baik tidak menggunakan cara batil, tidak berlebih-lebihan atau melampaui batas, tidak dizalimi, menjauhkan diri dari unsur riba, *maisir* (perjudian dan *intended speculation*), *gharar* (ketidakjelasan dan

---

<sup>6</sup>Al-Hafizh Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Terjemahan Bulughul Maram*, (Jakarta: Pustaka Imam Adz-Dzahabi, 2007), h. 375

manipulatif), serta tidak melupakan tanggung jawab sosial berupa zakat, infak dan sedekah.<sup>7</sup>

Oleh karena itu nilai-nilai syariat mengajak seorang muslim untuk melakukan kegiatan perdagangan dengan menerapkan konsep *tas'ir* (penetapan harga) dalam kehidupan ekonomi, menetapkan harga sesuai dengan nilai yang terkandung dalam barang tersebut. Dengan adanya *tas'ir* atau penetapan harga jual maka akan menghilangkan beban ekonomi yang mungkin tidak dapat dijangkau oleh masyarakat, menghilangkan praktik penipuan, serta memungkinkan ekonomi dapat berjalan dengan mudah dan penuh kerelaan hati.<sup>8</sup>

Pengaturan harga diperlukan bila kondisi pasar tidak menjamin adanya keuntungan di salah satu pihak. Pemerintah harus mengatur harga, misalnya jika terjadi kenaikan harga di atas batas kemampuan masyarakat maka pemerintah melakukan pengaturan dengan operasi pasar, begitu pula jika terjadi penurunan harga yang menyebabkan kerugian terhadap produsen, pemerintah meningkatkan pembelian atas produk produsen tersebut dari pasar.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001) h.12

<sup>8</sup>Abdul Sami' Al-Mishri, *Pilar-Pilar Ekonomi Islam*, Cet. I, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006) h.95

<sup>9</sup>Rosmizal, "*Mekanisme Penentuan Harga Jual Ayam Pedaging (Broiler) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*", Skripsi (Jurusan Syariah dan Ilmu Hukum Sultan Syarif Kasim Riau, Tahun 2011)

Penetapan harga adalah harga wajar atau harga keseimbangan diperoleh dari interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran (*supply*) dalam suatu persaingan yang sempurna. Penetapan harga merupakan strategi yang sangat penting dilakukan setelah suatu strategi-strategi pemasaran sudah dilakukan, penetapan harga bukan suatu hal yang sangat mudah untuk dilakukan karena keputusan tersebut akan mempengaruhi pada penjualan dan keuntungan<sup>10</sup>

Alat tulis merupakan salah satu dari sekian banyak jenis barang dagangan yang sering ditemui, perdagangan alat tulis cukup diminati mengingat untung dari penjualan ini cukup besar dan hampir setiap hari kantor maupun sekolah berbelanja untuk melengkapi kebutuhan, dan salah satu dari toko alat tulis di kota Bengkulu adalah toko grosir Alisa yang bertempat di Jl. Semangka Panorama Bengkulu. Di toko ini dapat dikatakan merupakan salah satu toko alat tulis terbesar di kota Bengkulu.

Menurut survei yang peneliti lakukan di toko Alisa Jl. Semangka Panorama Bengkulu bahwa toko tersebut adalah salah satu toko alat tulis terbesar di Bengkulu. Konsumen yang datang biasanya adalah dari potokopi, kantor, sekolah, warung dan konsumen yang berbelanja untuk digunakan sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan penulis, Menurut Bapak Pendris selaku pemilik Toko Alisa Kota Bengkulu mengungkapkan :

---

<sup>10</sup>Sadono Sukirno, Mikro Ekonomi Teori Pengantar, (Jakarta; Rajawali Pers,2015) h.222

“Toko Alisa memberikan harga yang berbeda kepada pembeli dan toko Alisa membagi harga tersebut menjadi 3 macam. Pembeli di toko Alisa biasanya berasal dari perkantoran, sekolah, fotocopy dan warung-warung.”<sup>11</sup>

Setiap kegiatan bisnis dalam Islam terdapat aturan yang mengatur agar tidak merugikan pihak yang bertransaksi. Dalam konsep Islam harga yang adil sangat berperan penting dan secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualannya secara adil.

Berdasarkan observasi awal dan hasil wawancara dengan Bapak Pendris selaku pemilik toko grosir alat tulis Alisa kota Bengkulu yang peneliti dapatkan toko Alisa memberikan harga yang berbeda kepada pembeli yaitu membaginya menjadi 3 kelompok. Hal tersebut membuat penulis merasa kegiatan bisnis yang terjadi di toko Alat tulis Alisa Panorama Bengkulu perlu diteliti untuk mengetahui penentuan harga yang digunakan dalam menetapkan harga jual, sudah sesuai atau belum dari tinjauan etika bisnis Islam. Termasuk karena dalam Islam penetapan harga yang dianjurkan adalah harga yang adil. Artinya harga yang ditentukan tidak merugikan penjual maupun konsumen, selain itu tidak ada

---

<sup>11</sup>Pendris *Pemilik Toko Alisa Panorama Kota Bengkulu*, Wawancara pada 18 juli 2020

unsur tipu menipu dalam penetapan harganya. Salah satu prinsip etika bisnis Islam yaitu menegakkan keadilan (*Fairness*).<sup>12</sup>

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis bermaksud melakukan penelitian skripsi ini dengan judul **“Mekanisme Penetapan Harga Jual Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Toko Alat Tulis Alisa Panorama Kota Bengkulu)”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas penulis telah menentukan permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana mekanisme penetapan harga alat tulis di toko grosir Alisa Panorama Kota Bengkulu?
2. Bagaimana mekanisme penetapan harga alat tulis di toko grosir Alisa Panorama Kota Bengkulu dalam tinjauan etika bisnis Islam?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui mekanisme penetapan harga alat tulis di toko grosir Alisa Panorama Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui perspektif etika bisnis islam tentang mekanisme penetapan harga di toko grosir Alisa Panorama Kota Bengkulu.

---

<sup>12</sup>Elvan Firmansyah, *“Mekanisme Penetapan Harga Di Rumah Makan Rama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”*, Skripsi (Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam (IAIN) Metro, Tahun 2018)

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Dengan mengadakan penelitian maka manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

##### 1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai referensi dan literatur kepustakaan terkait dengan kajian mengenai penetapan harga dalam transaksi jual beli dalam tinjauan etika bisnis Islam.

##### 2. Kegunaan Praktis

a. Penelitian ini dapat memperkaya khasanah keilmuan serta wawasan praktik jual beli khususnya tentang penetapan harga yang sesuai dengan etika bisnis Islam

b. Bagi penulis penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dalam menetapkan harga yang sesuai dengan etika bisnis Islam bagi toko alat tulis lain dan dapat menjadi bahan referensi serta bahan masukan bagi penelitian selanjutnya.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Pembahasan mengenai penetapan harga di toko alat tulis Alisa Panorama Kota Bengkulu, peneliti mengambil bahan rujukan guna memperkuat penelitian, hal ini juga untuk menghindari unsur plagiat akan suatu penelitian yang telah ada.

- 1) Richa Andriani, "Mekanisme Penetapan Harga Jual Kerajinan Marmer Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Ud. Tukul

Jaya Tulungagung)”. Terdapat dua rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana mekanisme penetapan harga jual kerajinan marmer pada UD. Tukul Jaya Tulungagung dan Bagaimana perspektif ekonomi Islam terhadap penetapan harga jual kerajinan marmer pada UD. Tukul Jaya Tulungagung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Untuk menjelaskan mekanisme penetapan harga jual kerajinan marmer pada UD. Tukul Jaya Tulungagung dan menjelaskan penetapan harga jual kerajinan marmer berdasarkan perspektif ekonomi Islam di UD. Tukul Jaya Tulungagung. Teknik pengumpulan data menggunakan Teknik observasi, wawancara dan studi dokumen. Metode penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa mekanisme penetapan harga jual kerajinan marmer di tetapkan sendiri oleh Bapak Supriono selaku pemilik UD. Tukul Jaya Tulungagung tanpa adanya campur tangan orang lain, penetapan harga ini didasarkan pada Cost-Plus- Pricing (penetapan harga biaya plus), dan dipengaruhi oleh mekanisme pasar (permintaan dan penawaran), kualitas produk (value pricing), ukuran dan berdasarkan motif desain. Penetapan harga tersebut tidak bertentangan dengan ekonomi Islam, ini didasari pada harga yang ditetapkan tidak tetap bisa berkurang dan bertambah dikarenakan adanya mekanisme pasar atau kekuatan-kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran, konsep ekonomi Islam rela sama rela, kejujuran dan keadilan. Perbedaan dari penelitian ini dengan

penelitian penulis yaitu terletak pada objek yaitu pada toko marmer, dan mengambil perspektif ekonomi Islam, sedangkan yang akan dilakukan penelitian yaitu pada toko alat tulis dan menurut etika bisnis Islam. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, sama sama menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan Teknik observasi, wawancara dan studi dokumen ingin mengetahui mekanisme penetapan harga.<sup>13</sup>

- 2) Iman Romansyah, “Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparasi Pada Yussy Akmal Dan Shereen Cake’s And Bread)”. Terdapat dua rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana Penetapan Harga Jual Produk terhadap Volume Penjualan pada Toko Kue dan Roti di Bandar Lampung dan bagaimana Penetapan Harga Jual Produk terhadap Volume Penjualan pada Toko Kue dan Roti di Bandar Lampung Perspektif Ekonomi Islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjadi acuan sebagai bentuk manajemen dan strategi perusahaan untuk memajukan perusahaan ditengah persaingan yang sangat ketat dalam meningkatkan ketertarikan akan konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan Teknik Wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan Perusahaan Yussy Akmal

---

<sup>13</sup>Richa Andriani, “*Mekanisme Penetapan Harga Jual Kerajinan Marmer Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Ud. Tukul Jaya Tulungagung)*”, Skripsi (Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2017)

menggunakan metode berbasis biaya penuh plus tambahan tertentu (*Full cost plus mark-up*). Sedangkan pada perusahaan Shereen menggunakan metode berbasis pasar harga pesaing (*competitor price*). Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada variable analisis penetapan harga menurut ekonomi Islam sedangkan yang akan dilakukan peneliti yaitu mekanisme penetapan harga menurut etika bisnis Islam dan membandingkan 2 usaha sedangkan peneliti hanya melakukan penelitian di satu jenis usaha. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, sama sama menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan Teknik observasi, wawancara dan studi dokumen ingin mengetahui mekanisme penetapan harga sama-sama menggunakan metode observasi dan wawancara dan ingin mengetahui cara penetapan harga.<sup>14</sup>

- 3) Elvan Firmansyah “Mekanisme Penetapan Harga Di Rumah Makan Rama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.” Terdapat satu rumusan masalah yaitu bagaimana mekanisme penetapan harga di rumah makan rama ditinjau dari etika bisnis Islam. Tujuan penelitian adalah ingin mengetahui mekanisme penetapan harga di rumah makan rama dan ingin mengetahui apakah mekanisme yang digunakan sudah sesuai atau belum dengan nilai pada etika bisnis Islam. Teknik

---

<sup>14</sup>Iman Romansyah, “*Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparasi Pada Yussy Akmal Dan Shereen Cake’s And Bread)*”, Skripsi ((Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Lampung, 2016)

pengumpulan data menggunakan Teknik Wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan mekanisme penetapan harga di rumah makan rama menggunakan system prasmanan dan penetapan harga sesuai dengan modal awal dari lauk yang dijual. Harga telah ditetapkan oleh pemilik, serta pada rumah makan tersebut telah sesuai dengan penetapan harga menurut nilai etika bisnis Islam. Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada objek yang di analisis pada skripsi ini meneliti di rumah makan sedangkan penulis meneliti di toko alat tulis. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode observasi dan wawancara dan ingin mengetahui cara penetapan harga<sup>15</sup>

- 4) Supriadi Muslimin, Zainab dan Wardah Jafar. "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam". Tujuan penelitian ini adalah menilai konsep penetapan harga menurut perspektif ekonomi islam. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kepustakaan Hasil penelitian menunjukkan harga adalah unsur program pemasaran yang paling mudah disesuaikan; ciri-ciri produk, saluran bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk atau mereknya. Sebagai produk yang dirancang dan

---

<sup>15</sup>Elvan Firmansyah, "*Mekanisme Penetapan Harga Di Rumah Makan Rama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*", Skripsi (Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam (IAIN) Metro, 2018)

dipasarkan dengan baik, dapat menentukan premium harga dan mendapatkan laba besar. Dalam teori harga ada beberapa hal yang harus dipelajari untuk memahami secara keseluruhan, yaitu di antaranya: Tujuan penetapan harga, metode penetapan harga Hukum asal harta yaitu tidak ada penetapan harga (al- tas'ir), dan ini merupakan kesepakatan para ahli fikih. Imam Hambali dan Imam Syafi'i melarang untuk menetapkan harga karena akan menyusahkan masyarakat sedangkan Imam Maliki dan Hanafi memperbolehkan penetapan harga untuk barang-barang sekunder. Mekanisme penentuan harga dalam Islam sesuai dengan Maqashid al- Syariah, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia. Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada variable konsep penetapan harga menurut islam dan pengumpulan data melalui kepustakaan sedangkan yang akan dilakukan peneliti yaitu mekanisme penetapan harga menurut perspektif etika bisnis Islam menggunakan metode wawancara dan observasi. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama ingin mengetahui cara penetapan harga.

- 5) Kendro Pratomo dan Trisna Taufik, "Mekanisme Pasar dan Penetapan Harga Dalam Perekonomian Islam (Studi Analisis Pemikiran Ibn Taimiyah)". Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui mekanisme pasar dan cara penetapan harga menurut pemikiran Ibn Taimiyah. Hasil dari penelitian ini adalah Ibn Taimiyah sangat fokus terhadap hal apa saja yang akan mempengaruhi terhadap mekanisme pasar dan

penetapan harga. Dan membuat solusi yang efektif terkait problematika yang ada untuk menciptakan suasana pasar yang adil. Dalam upayanya ia juga melibatkan pemerintah untuk menyeimbangkan kondisi pasar terkait mekanisme dan penetapan harga yang ada di pasar. Menurutnya pemerintah memiliki peranan yang sangat sentral dalam mengendalikan pasar. Karena nantinya pemerintah harus memiliki keputusan yang bijak dalam menetapkan suatu harga dalam pasar supaya mekanisme yang terjadi didalamnya dapat berjalan dengan lancar. Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada variable mekanisme pasar dan penetapan harga dalam islam dan pengumpulan data melalui kepustakaan yaitu dengan mendeskripsikan atau menjelaskan pemikiran Ibn Taimiyah tentang mekanisme pasar dan penetapan harga. Sedangkan yang akan dilakukan peneliti yaitu mekanisme penetapan harga menurut perspektif etika bisnis Islam menggunakan metode wawancara dan observasi. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama ingin mengetahui cara penetapan harga<sup>16</sup>

- 6) Mario Kienzler dan Cristian Kowalkowski, Tahun 2017. yang berjudul *“Pricing Strategy: A Review Of 22 Years of Marketing Research”*. Hasil penelitian ini menyarankan beberapa perkembangan dalam fokus dan metodologi penelitian; penelitian terbaru telah lebih fokus pada layanan dan menerapkan desain penelitian yang lebih ketat.

---

<sup>16</sup>Kendro Pratomo dan Trisna Taufik, Jurnal Ekonomi Islam, , Mekanisme Pasar dan Penetapan Harga Dalam Perekonomian Islam (Studi Analisis Pemikiran Ibn Taimiyah), (Vol. 04 No. 03, 2018), kolom 3, h. 2

Hasilnya juga menunjukkan fokus yang terus-menerus pada pasar konsumen dan teori ekonomi, serta meningkatnya pertimbangan responden dari sisi permintaan, dengan mengorbankan responden dari sisi penawaran. Fitur penting dari tinjauan ini adalah serangkaian takeaway yang dapat ditindaklanjuti, dengan implikasi teoretis dan metodologis untuk penelitian strategi penetapan harga. Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada variable strategi penetapan harga dipasar. Sedangkan yang akan dilakukan peneliti yaitu mekanisme penetapan harga menurut perspektif etika bisnis Islam menggunakan metode wawancara dan observasi. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama ingin mengetahui cara penetapan harga.<sup>17</sup>

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

#### **a. Jenis Penelitian**

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yakni kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta di bantu dengan panca indera.<sup>18</sup> Penelitian lapangan dilakukan di toko grosir alat tulis Alisa Panorama Kota Bengkulu untuk mengetahui mekanisme penetapan harga jual menurut etika bisnis Islam di toko tersebut.

---

<sup>17</sup>Mario Kienzler dan Cristian Kowalkowski, jurnal bisnis, *Pricing Strategy: A Review Of 22 Years Of Marketing Research*, (Vol 78 September 2017), kolom 2 h. 6

<sup>18</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Social dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Social, KebijakanPublik, Komunikasi Manajemen, dan Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2013), h. 142

Pendekatan penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang berusaha mendeskripsikan fenomena atau peristiwa secara sistematis sesuai dengan apa adanya. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian.<sup>19</sup>

## **2. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlangsung sejak bulan Juni tahun 2020 sampai bulan November 2020 (jadwal terlampir). Penelitian dilakukan di toko grosir alat tulis Alisa Panorama Kota Bengkulu. Lokasi penelitian ini dipilih karena berdasarkan observasi awal toko ini membagi harga menjadi 3 kelompok.. Harga yang diberikan terkesan tidak adil dan tidak sesuai dengan apa yang diajarkan di dalam konsep ajaran Islam yaitu konsep harga yang adil.

## **3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan data**

### **a. Sumber data**

#### **1) Sumber Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian yang diperoleh melalui wawancara dan observasi pada pemilik dan kepala cabang toko Sumber Data Sekunder

Data sekunder

#### **2) Sumber Data sekunder**

---

<sup>19</sup>Sugiono, *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008),h. 9

yaitu data yang mendukung atas permasalahan yang akan dibahas, yang diperoleh dari toko grosir alat tulis Alisa dan buku-buku referensi yang akan melengkapi hasil observasi dan wawancara yang telah ada.

b. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Pada penelitian ini observasi yang digunakan adalah observasi tidak terstruktur yaitu pengamatan yang dilakukan tanpa pedoman observasi, sehingga peneliti mengembangkan pengamatannya. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan-kegiatan yang sedang berlangsung dengan melakukan penelitian lapangan agar dapat menemukan data-data yang diperlukan dalam kegiatan jual beli serta bagaimana mekanisme penetapan harga yang digunakan. Lokasi penelitian di toko grosir alat tulis Alisa Panorama Kota Bengkulu

2) Wawancara

Wawancara yang peneliti lakukan dengan menggunakan pedoman wawancara terstruktur, digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Penulis ingin mengetahui hal hal yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit.

3) Dokumentasi

Dalam hal ini penulis menggunakan alat bantu seperti hp, alat perekam suara, perekam video dan mengambil gambar yang

dapat digunakan untuk dokumentasi penelitian serta mencatat hasil wawancara yang berkaitan dengan penelitian.

#### 4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, yaitu digunakan pada data-data yang tidak bisa dikuantifikasi seperti bahan pustaka, dokumen dan sebagainya. Dalam metode analisis data ada tiga komponen utama yang digunakan. Tiga komponen ini terlibat dalam proses yang saling berkaitan serta menentukan hasil akhir analisis. Analisis data di lapangan menggunakan model Miles dan Huberman dengan langkah-langkah sebagai berikut :<sup>20</sup>

a. Data *reduction* (reduksi data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlah cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema, dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data serta mencarinya bila diperlukan.

b. Data *display* (penyajian data)

Setelah data dikoreksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data

---

<sup>20</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R dan D*, hal. 246

bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat dengan teks yang bersifat naratif.

c. *Conclusion drawing/verification*

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap-tahap berikut. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Teori Jual Beli

##### 1. Pengertian Jual Beli

Jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, dimana pihak yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerima sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan secara *syara* ' dan disepakati<sup>1</sup>

Jual beli (*al-bay'*) secara bahasa artinya memindahkan hak milik terhadap benda dengan akad saling mengganti.<sup>2</sup> Jual beli atau dalam bahasa Arab *al-bai'* menurut etimologi adalah tukar menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.<sup>3</sup> Menurut istilah jual beli disebut dengan *bay'*, yang berarti menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.<sup>4</sup>

Beberapa definisi di atas menunjukkan bahwa secara garis besar jual beli adalah tukar-menukar atau peralihan kepemilikan dengan cara pergantian menurut bentuk yang diperbolehkan *syara* ' atau menukarkan barang dengan barang, barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak milik dari seseorang terhadap orang lainnya atas kerelaan kedua belah pihak.<sup>5</sup>

##### 2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli merupakan bagian dari *mu'amlah* yang mempunyai dasar hukum yang jelas dan disahkan oleh Alquran, Hadis.

---

<sup>1</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2002), h. 68-69.

<sup>2</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat (Sistem Transaksi dalam Islam)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 23

<sup>3</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: AMZAH, 2015), hlm. 173

<sup>4</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Mu'amlah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), hal. 2

<sup>5</sup> Hariman Surya Siregar dan Koko Khoerudin, *Fiqh Muamalah...*, h. 115

a. Alquran

Allah SWT berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

*“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”*

Makna ayat ini dapat ditafsirkan sebagai kelanjutan dari kalam sebelumnya untuk menyanggah protes dari para pemakan riba dan sekaligus menegaskan bahwa Allah membedakan antara jual beli dan riba. Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana yang tiada akibat bagi keputusan hukum-Nya, sedangkan mereka pasti dimintai pertanggungjawabannya. Allah Maha Mengetahui semua hakikat segala perkara dan kemaslahatannya<sup>6</sup>

b. Hadits

Rasulullah SAW bersabda :

سُئِلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ  
وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

*Artinya : “Dari Rifa’ah bin Rafi ra. sesungguhnya Nabi ditanya tentang pekerjaan (profesi) apa yang paling baik, beliau menjawab: pekerjaan seorang lelaki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang diberkati.”*  
(HR. Al-Bazzar dan Al-Hakim)<sup>7</sup>

### 3. Rukun Jual Beli

Suatu transaksi seperti jual beli memerlukan beberapa hal agar akadnya dianggap sah dan mengikat. Beberapa hal tersebut diartikan sebagai

---

<sup>6</sup>Ibnu Kasir, *Tafsir Ibnu Kasir Juz 3 Al-Baqarah 253 s.d Ali Imron 91*, diterjemahkan oleh Bahrudin Abu Bakar, dari judul asli *Tafsiir Qurannilngadiim*, (Bandung: Sinar Baru Algesiondo, 2000), h. 141

<sup>7</sup>Al-Hafizh Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Terjemahan Bulughul...*, h. 375

rukun. Jumhur Ulama menetapkan rukun dalam jual beli sebagai berikut:<sup>8</sup>

- a. Orang yang berakad (penjual dan pembeli)
- b. *Sighat* (lafal *ijab* dan *qabul*)
- c. Ada barang yang dibeli
- d. Ada nilai tukar pengganti barang.

## B. Mekanisme Penetapan Harga

### 1. Pengertian Mekanisme Penetapan harga

Mekanisme harga adalah proses yang berjalan atas dasar gaya tarik-menarik antara konsumen dan produsen baik dari pasar output (barang) ataupun input (faktor-faktor produksi).<sup>9</sup>

Abu Yusuf mengatakan bahwa:

“Mekanisme dalam penetapan harga tidak terlepas dari mekanisme pasar, ia mengatakan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga, pemahamannya saat itu bahwa bila tersedia sedikit barang maka harga akan mahal dan demikian sebaliknya.”<sup>10</sup>

Sedangkan mekanisme penetapan harga menurut Deka adalah:

“Penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang dihasilkan”

Mekanisme dalam penetapan harga ada beberapa macam yaitu, metode penetapan harga yang kompetitif hal ini selalu berlaku dalam pasar barang dimana banyak terdapat produsen atau penjual, menentukan harga terobosan, cara ini dipakai ketika meluncurkan barang baru, menetapkan harga berdasarkan permintaan cara ini dipakai biasanya oleh perusahaan

---

<sup>8</sup>Imam Mustofa, “*Fiqih Mu’amalah Kontemporer*”, (Kota Metro Lampung:STAIN Jurai Siwo Metro Lampung, 2014), h. 22

<sup>9</sup>Euis Amelia *Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam* dalam *AL-IQTISHAD* (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sarif Hidayatullah Vol V no 1 h.6

<sup>10</sup>Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islami*, Cet. 1, (Jakarta, Kencana, 2008). h. 230

jasa kepemimpinan harga, menjual harga berkualitas dengan harga rendah, kebijakan harga tinggi jangka pendek dilakukan ketika barang baru dikeluarkan karena belum ada persaingan, dengan penentuan harga semurah mungkin tapi masih dalam kondisi yang menguntungkan<sup>11</sup>

Mekanisme penetapan harga adalah suatu cara pertimbangan yang digunakan untuk menentukan bagaimana suatu produk atau barang yang dijual bisa laku dipasarkan setelah adanya interaksi permintaan dan penawaran dan juga untuk bisa bersaing dengan toko atau pedagang lain.

Pemaparan di atas menjelaskan mekanisme penetapan harga sebagai suatu cara yang digunakan oleh perusahaan dalam memberikan nilai suatu produk atau jasa dengan memperhitungkan terlebih dahulu segala macam biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh keuntungan.

## 2. Mekanisme Dalam Menentukan Harga.

### a. *Mark-up Pricing*

*Mark-up Pricing* adalah penentuan tingkat harga dengan me-*mark-up* biaya produksi komoditas yang bersangkutan.

### b. *Target-Return Pricing*

*Target-Return Pricing* adalah harga jual produk yang bertujuan mendapatkan tingkat return atas besarnya modal yang diinvestasikan. Dalam bahasa keuangan dikenal dengan *Return On Investment (ROI)*. Dalam hal ini perusahaan akan menentukan berapa return yang akan diharapkan atas modal yang di investasikan.

### c. *Going Rate Pricing*

---

<sup>11</sup>Gary amstrong, *Manajemen pemasaran*, a. 2, ( Jakarta: Erlangga, 1987), hlm. 12.

Perusahaan mendasarkan harganya pada harga yang ditawarkan rata – rata pesaing dan kurang memperhatikan biaya dan permintaanya. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing utamanya. Itu yang berlaku di para pedagang pasar juga biasanya para pedagang menggunakan harga pasaran yang ada agar lebih adil diantara para pedagang lainnya, tetapi juga ada pedagang lain yang mempunyai harga tersendiri.

d. *Received-Value Pricing*

Received-Value Pricing adalah penentuan harga dengan tidak menggunakan variable harga sebagai harga jual. Harga jual didasarkan pada harga produk pesaing dimana perusahaan melakukan penambahan atau perbaikan unit untuk meningkatkan kpuasan pembelian.

e. *Value Pricing*

Value Pricing adalah kebijakan harga yang kompetitif atas barang yang berkualitas tinggi. Dengan ungkapan ono rego ono rupo, artinya: barang yang baik pasti harganya mahal Beberapa alternatif lain penentuan harga<sup>12</sup>

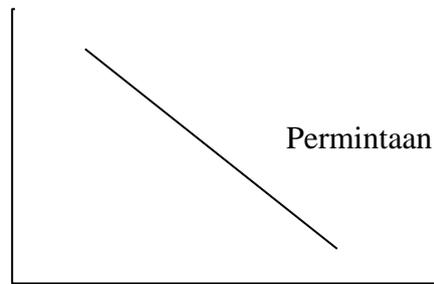
3. Kurva Penawaran dan permintaan

Kurva Permintaan dan Penawaran dapat digambarkan sebagai berikut:

---

<sup>12</sup>Muhamad, Manajemen Bank Syari'ah, (Yogyakarta: UPP AMYKPN, 2005), h. 132-134

a. Kurva permintaan

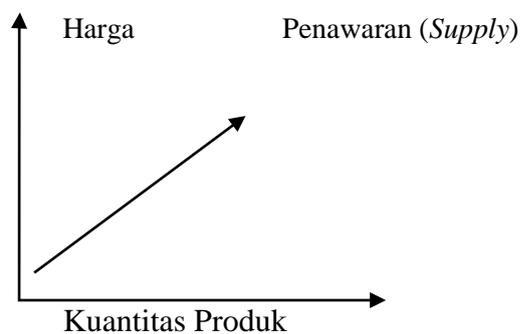


Gambar 2.1

Pada kurva diatas dapat dijelaskan apabila harga suatu produk turun, maka permintaan akan bertambah, ketika harga nya naik permintaan berkurang. Jadi pada harga yang tinggi, sebagian orang tidak dapat mengaktualisasikan permintaannya sehingga kenaikan harga suatu barang menyebabkan permintaan terhadap barang tersebut menjadi semakin kecil<sup>13</sup>

Bentuknya menurun dari kiri atas kekanan bawah, mencerminkan hukum permintaan tersebut yakni adanya hubungan berbalik antara harga dengan jumlah permintaan. Jika harga naik, jumlah permintaan akan turun. Sebaliknya, jika harga turun, maka jumlah permintaan akan naik<sup>14</sup>

b. Kurva Penawaran



Gambar 2.2

---

<sup>13</sup>Mustafa, E. Nasution, dkk, *Pengenalan Ekstusif Ekonomi Islsm*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 82

<sup>14</sup>Mustafa, E. Nasution, dkk, *Pengenalan Ekstusif ...*h.83

Pada umumnya kurva penawaran naik dari kiri bawah ke kanan atas. Berarti arah pergerakannya berlawanan dengan arah pergerakan kurva permintaan. Bentuk kurva penawaran bersifat seperti itu karena terdapat hubungan yang positif antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan, yaitu makin tinggi harga, makin banyak jumlah yang ditawarkan<sup>15</sup>

### C. Teori Harga

#### 1. Pengertian Harga

Harga dalam bahasa Inggris disebut *price*, sedangkan dalam bahasa Arab berasal dari kata *tsaman* atau *si'ru* yakni nilai sesuatu dan harga yang terjadi atas dasar suka sama suka (*an-taradin*) pemakaian kata *tsaman* lebih umum daripada *qimah* yang menunjukkan harga ril yang telah disepakati. Sedangkan *si'ru* adalah harga yang ditetapkan untuk barang dagangan. Harga adalah perwujudan nilai suatu barang atau jasa dalam satuan uang. Harga merupakan nilai yang diberikan pada apa yang dipertukarkan.<sup>16</sup>

Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli atau menikmati suatu barang atau jasa yang ditawarkan<sup>17</sup> Harga suatu barang atau jasa tertentu adalah suatu tingkat penilaian yang pada tingkat itu barang atau jasa yang bersangkutan dapat ditukarkan dengan sesuatu yang lain, apapun bentuknya. Harga dibentuk oleh bersatunya dua jenis kekuatan, yaitu kegunaan (*utility*) dan kelangkaan (*scarcity*)<sup>18</sup>

Harga berpengaruh langsung terhadap laba usaha, laba usaha diperoleh dari pendapatan total dikurangi biaya total. Pendapatan total terdiri dari harga perunit dikalikan kuantitas yang dijual. Dengan kata lain tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang yang dijual, kuantitas barang yang dijual berpengaruh terhadap biaya yang ditimbulkan dalam kaitanya dengan pengadaan barang bagi perusahaan dagang dan efisiensi produksi bagi perusahaan manufaktur.

---

<sup>15</sup>Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar...* h.85

<sup>16</sup>Rozalinda, "*Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*" (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 153-154

<sup>17</sup>Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 191.

<sup>18</sup>Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta:Raja Wali Pres, 2011), h. 290

Jadi harga berpengaruh terhadap pendapatan total dan biaya total, sehingga pada akhirnya harga yang dibutuhkan konsumen. Menurut Lambat Lupiyoadi dan A. Hamdani bahwa harga dalam berpengaruh terhadap laba usaha dan posisi suatu usaha atau badan usaha.<sup>19</sup>

Berdasarkan definisi harga diatas maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya beserta pelayanannya.<sup>20</sup>

## **2. Landasan Hukum Penetapan Harga**

Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Ekonomi Islam itu sendiri memiliki beberapa sumber, yaitu:

### **a. Alquran**

Alquran adalah sumber pokok bagi pandangan Islam. Alquran merupakan Kalam Ilahi yang bersifat abadi yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW. Alquran adalah sumber utama pengetahuan sekaligus sumber hukum yang memberi inspirasi pengaturan segala aspek kehidupan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT, dalam Alquran surat An-Nisa ayat 29:

---

<sup>19</sup>Rambat lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Selamba Empat, 2006), h.98

<sup>20</sup>Budi Hartono *Ekonomi Bisnis Peternakan* (Malang: UB Press, 2012), h176

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا  
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا  
 تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
 رَحِيمًا

*Artinya: “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.” (QS. An-Nisa:4:29)*

Berdasarkan ayat di atas dengan tegas melarang orang memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan batil, artinya tidak ada haknya. Memakan harta sendiri dengan jalan batil ialah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Memakan harta orang lain dengan jalan batil ada berbagai caranya, seperti pendapat Suddi, memakannya dengan jalan riba, judi, menipu, dan menganiaya. Menurut Hasan dan Ibnu Abbas, memakan harta orang lain dengan tidak ada pergantian. Termasuk juga dalam jalan batil ini segala jual beli yang dilarang *syara'*, yang tidak termasuk ialah jalan perniagaan yang saling “berkeridaan” (suka sama suka) di antaramu, yakni dari kedua pihak. Sudah tentu perniagaan yang diperbolehkan oleh *syara'*<sup>21</sup>

b. Hadis (Sunnah)

Menurut Ibnu Taimiyah bila seluruh transaksi sudah sesuai, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah SWT. Sebagaimana dalam hadis Anas yang diriwayatkan oleh Abu Daud yang artinya :

*“Orang-orang mengatakan, “Wahai Rasulullah harga telah mahal, maka patoklah harga untuk kami.” Bersabda Rasulullah Saw “sesungguhnya Allahlah yang mematok harga, Dia yang menyempitkan rezeki dan sesungguhnya*

<sup>21</sup>Abdul Halim Hasan Binjai, *Tafsir Al-Ahkam*, Edisi 1, Cet. 1, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 258.

*melapangkan rezeki, dan sesungguhnya saya mengharap bertemu Allah dalam kondisi tidak seorangpun dari kamu yang menuntut kepadaku karena sesuatu tindak kezaliman berkenaan dengan darah dan harta". (HR. Abu Daud)<sup>22</sup>*

Berdasarkan hadits diatas Asy-Syaukuni menyatakan bahwa:

“Hadis di atas dijadikan dalil bagi pengharaman pematokan harga dan bahwa ia (pematokan harga) merupakan suatu kezaliman (yaitu penguasa memerintahkan para penghuni pasar agar tidak menjual barang-barang mereka kecuali dengan harga yang sekian, kemudian melarang mereka untuk menambah ataupun mengurangi harga tersebut. Alasannya bahwa manusia dikuasakan atas mereka sedangkan pematokan harga adalah pemaksaan terhadap mereka. Padahal seorang iman diperintahkan untuk memelihara kemaslahatan umat Islam”<sup>23</sup>

### **3. Tujuan Penetapan Harga Dalam Islam**

Penting untuk mempelajari ekonomi islam yang mana manusia sebagai makhluk sosial tentu tidak akan pernah terlepas dengan kata ekonomi dan apabila manusia mendalami ilmu ekonomi Islam maka ia sama saja membawa kemaslahatan baginya. Hal ini sesuai dengan pendapat Fauzia Ika Yunia dan Abdul Kadir Rayidi dalam bukunya:

Tujuan ekonomi Islam adalah *mashlahah* (kemaslahatan) bagi umat manusia. Yaitu dengan mengusahakan segala aktivitas demi tercapainya hal-hal yang berakibat pada adanya kemaslahatan bagi manusia, atau dengan mengusahakan aktivitas yang secara langsung dapat merealisasikan kemaslahatan itu sendiri. Aktivitas lainnya demi menggapai kemaslahatan adalah dengan menghindarkan diri dari segala hal yang membawa *mafsadah* (kerusakan) bagi manusia. Menjaga kemaslahatan bisa dengan cara min haytsual-wujud

---

<sup>22</sup>Isnaini Harahap, dkk., *Hadis-Hadis Ekonomi*, Cet. 1, (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2015), h. 109.

<sup>23</sup>Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, Cet. 4, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 198-199.

dengan cara mengusahakan segala bentuk aktivitas dalam ekonomi yang bisa membawa kemaslahatan<sup>24</sup>

Setiap produsen pasti mempunyai strategi masing-masing dalam menentukan aspek-aspek yang dianggap penting bagi setiap proses produksinya terutama dalam penetapan harga produsen pasti mempunyai tujuannya masing-masing. Hal ini sesuai dengan pendapat Sofjan Assauri dalam bukunya:

“Tujuan strategi penetapan harga perlu ditentukan terlebih dahulu, agar tujuan perusahaan tercapai.”

Ada beberapa tujuan penetapan harga yang diambil, yaitu:

Tujuan penetapan harga secara umum adalah sebagai berikut;<sup>25</sup>

- a. Memperoleh laba yang maksimum. Pencapaian tujuan ini dilakukan dengan cara menentukan tingkat harga yang memperhatikan total hasil penerimaan penjualan (*salesrevenue*) dan total biaya. Dalam hal ini perusahaan menetapkan harga untuk memperoleh tingkat keuntungan (*rate of return*) yang maksimal paling memuaskan.
- b. Mendapatkan *share* pasar tertentu. Sebuah perusahaan dapat menetapkan tingkat harga untuk mendapatkan atau meningkatkan *share* pasar, meskipun mengurangi tingkat keuntungan pada masa itu. Strategi ini dilakukan perusahaan karena perusahaan percaya bahwa jika *share* pasar bertambah besar, maka tingkat keuntungan akan meningkat pada masa depan. Tujuan mendapatkan *share* pasar untuk mencapai kenaikan tingkat keuntungan di masa depan akan dapat tercapai apabila:
  - 1) Pasar peka (*sensitive*) terhadap harga, sehingga harga yang rendah dapat mendorong pertumbuhan pasar yang pesat.
  - 2) Biaya produksi dan distribusi per satuan ( unit ) akan menurun secara berarti (cukup besar) dengan meningkatkan produksi dan penjualan.
  - 3) Harga yang rendah akan mendesak pesaing potensial yang ada sehingga membendung kemungkinan masuknya pesaing lainnya.

---

<sup>24</sup>Fauzia, Ika Yunia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam: Perspektif Maqashid al-Syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 12-13

<sup>25</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Ed. 1, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 224-227.

- c. Memerah pasar (*market skimming*). Perusahaan mengambil manfaat memperoleh keuntungan dari bersedianya pembeli membayar dengan harga yang lebih tinggi dari pembeli yang lain, karena barang yang ditawarkan memberikan nilai yang lebih tinggi bagi mereka. Jadi, dalam hal ini perusahaan menetapkan harga yang tinggi, karena hendak menarik manfaat dari sekelompok besar pembeli yang bersedia membayar harga tinggi, yang disebabkan produk perusahaan tersebut mempunyai nilai sekarang (*present value*) yang tinggi bagi mereka.
- d. Mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu. Perusahaan menetapkan harga untuk memaksimalkan penerimaan penjualan pada masa itu. Penetapan harga dengan tujuan ini biasanya terdapat pada perusahaan yang mungkin dalam keadaan kesulitan keuangan atau perusahaan yang menganggap masa depannya suram atau tidak menentu
- e. Mencapai keuntungan yang ditargetkan. Perusahaan menetapkan harga tertentu untuk dapat mencapai tingkat laba yang berupa *rate of return* yang memuaskan. Meskipun harga yang lebih tinggi dapat memberikan atau menghasilkan tingkat laba yang lebih besar, tetapi yang berlaku (*conventional*) bagi tingkat investasi dan risiko yang ditanggung.
- f. Mempromosikan produk. Perusahaan menetapkan harga khusus yang rendah untuk mendorong penjualan bagi produknya, bukan semata-mata bertujuan mendapatkan keuntungan yang besar. Dalam hal ini perusahaan dapat menetapkan harga yang rendah bagi produk yang populer untuk menarik sebanyak mungkin pembeli (*loss-leader pricing*) dengan harapan pembeli selanjutnya akan tertarik untuk membeli produk-produk lain. Sebaliknya perusahaan dapat pula menetapkan harga yang tinggi pada produknya untuk memberi kesan bahwa produk itu merupakan produk yang bermutu tinggi (*prestige pricing*).

#### 4. Faktor-faktor Penetapan Harga

Dalam sebuah perusahaan hendaknya seorang manajer harus memperhatikan faktor-faktor dalam menetapkan harga, sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga;<sup>26</sup>

##### a. Kondisi Perekonomian

Kondisi ekonomi (inflasi, booming atau resesi, tingkat suku bunga) kebijakan serta peraturan pemerintah, dan aspek

---

<sup>26</sup>Ali Hasan. *Marketing*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2008), h.304

social (kepedulian terhadap lingkungan) sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku, khususnya nilai tukar rupiah atas mata uang asing (dollar amerika untuk kasus Indonesia), berdampak pada peningkatan harga berbagai barang khususnya barang impor, atau barang dengan kandungan impor kebijakan uang ketat oleh pemerintah yang membuat peredaran uang rupiah menjadi sangat terbatas, untuk menanggulangi merosotnya nilai rupiah terhadap dollar akan mempengaruhi penetapan harga.

b. Elastisitas Harga

Elastisitas permintaan akan mempengaruhi penentuan harga dan volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya jika terjadi penurunan harga maka volume penjualan akan meningkat. Lebih dari itu setiap perubahan pada harga akan memunculkan berbagai respon dari konsumen.

c. Faktor yang tidak berkaitan dengan Harga

Pembeli mungkin bersedia membayar harga premium (jaminan, pelayanan) atau justru mengorbankan beberapa manfaat dari sebuah produk demi harga yang lebih rendah.

d. Tujuan Perusahaan

Penetapan harga suatu produk sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan setiap

perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya tujuan perusahaan yang ingin dicapai dinyatakan secara eksplisit seperti :

1. Untuk mencapai laba maksimum.
2. Mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.
3. Menciptakan kepemimpinan kuantitas.
4. Untuk meningkatkan volume penjualan.
5. Meraih pangsa pasar yang besar, mempertahankan dan memperbaiki pangsa pasar.
6. Kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu (mencapai target pengembalian investasi).
7. Menciptakan stabilitas harga dan mengatasi persaingan.
8. Melaksanakan tanggung jawab sosial dll.
9. Untuk memperoleh posisi pasar: harga rendah untuk penetrasi pasar, untuk memperoleh *marketing share* yang lebih besar.
10. Untuk mencapai kinerja finansial : harga dipilih untuk meningkatkan image produk, untuk menciptakan kesadaran.
11. Untuk mendorong permintaan : harga dapat berfungsi sebagai motivator bagi pembeli untuk mencoba sebuah produk baru atau untuk membeli merek yang ada selama masa penjualan dengan harga rendah.
12. Untuk mempengaruhi persaingan: untuk menciptakan hambatan agar pesaing tidak masuk pasar oleh pesaing yang potensial atau pemotongan harga oleh pesaing

e. Biaya

Biaya merupakan faktor dasar dalam penentuan harga yang minimal, sebab tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila tingkat harga di atas semua biaya akan menghasilkan keuntungan.

1. Biaya *out-of-pocket*, biaya peningkatan, biaya kesempatan, *controllable cost*, biaya pengganti, biaya non operasional.
2. Struktur biaya (produksi dan distribusi)
3. Hubungan volume biaya (biaya tetap vs biaya variabel)
4. Competitive advantage (perbandingan biaya persaingan)
5. Pengaruh pengalaman pada biaya masa depan perusahaan

## 5. Konsep Harga dalam Pandangan Pakar Muslim

a. Menurut Abu Yusuf

Abu Yusuf adalah sarjana muslim yang pertama kali menulis tentang mekanisme pasar dan harga. Menurut Abu Yusuf didalam kitab Al- Kharaj mengatakan:

“Tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya.”<sup>27</sup>

b. Menurut Al Ghazali

Didalam Buku *AL-Ihya 'Ulumuddin* karya Al-Ghazali banyak membahas tentang topik-topik ekonomi, termasuk sistem bekerjanya kekuatan permintaan dan penawaran dalam mempengaruhi harga. Walaupun tidak membahasnya dengan menggunakan istilah modern, terdapat banyak bagian dari buku-bukunya yang memperlihatkan

---

<sup>27</sup>Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 194

kedalaman pemikiran Al- Ghazali tentang teori permintaan dan penawaran

Al-Ghazali tidak menolak kenyataan bahwa mencari keuntungan merupakan motif utama dalam perdagangan. Namun, ia memberikan banyak penekanan kepada etika dalam bisnis, dimana etika ini diturunkan dari nilai- nilai islam. Keuntungan yang sesungguhnya adalah keuntungan yang akan diperoleh di akhirat kelak, ia juga menyarankan adanya peran pemerintah dalam menjaga keamanan jalur perdagangan demi kelancaran perdagangan dan pertumbuhan ekonomi<sup>28</sup>

c. Menurut Ibnu Taimiyah

Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa harga yang setara adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas, yakni pertemuan antara kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Ia menggambarkan perubahan harga pasar sebagai berikut:

“Jika penduduk menjual barang-barangnya secara normal (*al-wajh al-ma'ruf*) tanpa menggunakan cara-cara yang tidak adil kemudian harga tersebut meningkat karena pengaruh kelangkaan barang (yakni penurunan *supply*) atau karena peningkatan jumlah penduduk (yakni peningkatan *demand*), kenaikan harga-harga tersebut merupakan kehendak Allah. Dalam kasus ini memaksa penjual untuk menjual barang-barang mereka pada harga tertentu adalah pemaksaan yang salah (*ikrah bi ghairi haq*).”<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup>Adiwarman A. karim, *Sejarah Pemikiran....*, hlm. 266

<sup>29</sup>Adiwarman A. karim, *Sejarah Pemikiran....*, hlm. 307

d. Menurut Ibnu Khaldun

Bagi Ibnu Khaldun, harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Semua barang-barang lainnya terkena fluktuasi harga yang tergantung pada pasar. Didalam bukunya *Al-Muqaddimah* Ibnu Khaldun mendeskripsikan kenaikan dan penurunan penawaran terhadap tingkat harga. Ia menyatakan:

“Ketika barang-barang yang tersedia sedikit, maka harga-harga akan naik. Namun, bila jarak antar kota dekat dan aman untuk melakukan perjalanan, maka akan banyak barang yang diimpor sehingga ketersediaan barang-barang akan melimpah dan harga-harga akan turun”.

Ibnu Khaldun sangat menghargai harga yang terjadi dalam pasar bebas, namun ia tidak mengajukan saran-saran kebijakan pemerintah untuk mengelola harga. Ia lebih banyak memfokuskan kepada faktor-faktor yang memengaruhi harga. Hal ini tentu saja berbeda dengan Ibn Taimiyah yang dengan tegas menentang intervensi pemerintah sepanjang pasar berjalan dengan bebas dan normal.<sup>30</sup>

#### **D. Etika Bisnis Islam**

##### **1. Pengertian Etika Bisnis Islam**

Kata etika atau lazim disebut etik, berasal dari bahasa Yunani yaitu dari kata “*ethos*” yang dalam bentuk jamaknya *ta etha* yang berarti adat istiadat atau kebiasaan. Secara sederhana etika bisnis yaitu aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan-aturan yang tidak tertulis. Kajian etika bisnis Islam yaitu penambahan aspek halal-haram pada moralitas suatu

---

<sup>30</sup>Adiwarman A. karim, *Sejarah Pemikiran....*, hlm. 332

etika bisnis. Seperti yang dipaparkan oleh Husein Suhatah, bahwa sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dibungkus dengan *dhawabith syariah* (batasan syariah) atau *general guideline* menurut Rafik Issa Beekum.<sup>31</sup>

Pemaparan di atas menjelaskan etika bisnis Islam sebagai pembelajaran atas tingkah laku para pelaku bisnis yang terjadi di dunia bisnis dan sesuai dengan kaidah-kaidah agama Islam. Perilaku muslim dalam etika bisnis harus berpedoman pada Alquran dan Sunnah sehingga menimbulkan kebaikan dan perilaku *ethis* dalam Islam

## 2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Pada awalnya aturan mengenai perilaku ekonomi yang islami ditetapkan oleh Al Qur'an. Jadi, secara etik al Qur'an mengatur perilaku ekonomi dalam bidang produksi, konsumsi, distribusi dan sirkulasi. Hukum Allah dalam Al Qur'an terbagi dalam dua bagian yaitu yang terang (*muhkam*) dan yang *mutasyabih* (samar). Hukum *mutasyabih* yang ditemukan oleh ummat Islam di zaman Rasulullah telah dijelaskan lewat *Sunnah*. Setelah Al Qur'an, *Sunnah* merupakan aturan kedua yang mengatur perilaku manusia. *Sunnah* adalah praktek-praktek yang dicontohkan oleh Rasulullah saw, serta ucapan-ucapannya (hadist). Keterangan-keterangan dalam sunnah memiliki formasi yang lebih operasional yang merupakan bentuk praktek dari konsep-konsep Al Qur'an. *Sunnah* menguraikan bagaimana tata cara

---

<sup>31</sup>Faisal Badroen dan M Arief Mufrani, "*Etika Bisnis dalam Islam*" (Jakarta:Kencana, 2006), h. 70-71

zakat, bentuk kerja sama ekonomi, perdagangan, pembelanjaan harta dan sebagainya. Dalam konteks waktu, *sunnah* menjelaskan perilaku ekonomi masa lampau. Dengan kerangka hukum Islam yang dapat menjangkau semua dimensi waktu terdapat istilah-istilah *ijma* dan *qiyas*<sup>32</sup>

Pandangan al-Qur'an tentang bisnis dan etika bisnis dari sudut pandang isinya, lebih banyak membahas tema-tema tentang kehidupan manusia baik pada tataran individual maupun kolektivitas. Hal ini dibuktikan bahwa, tema pertama dan tema terakhir dalam al-Qur'an adalah mengenai perilaku manusia. Sebagai sumber nilai dan sumber ajaran, al-Qur'an pada umumnya memiliki sifat yang umum (tidak terperinci), karena itu diperlukan upaya dan kualifikasi tertentu agar dapat memahaminya.

Adapun pandangan Al-Qur'an mengenai bisnis etika bisnis adalah terdapat dalam ayat-ayat Al-Qur'an, antara lain sebagai berikut<sup>33</sup>:

a. Surat at-Taubah ayat 111 ditegaskan bahwa,

*”Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin harta dan jiwa mereka... Siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) Allah maka bergembiralah dengan jual-beli yang kamu lakukan. Dan itulah kemenangan yang besar.”*

b. Bekerja juga dikaitkan dengan iman, pernyataan ini terdapat dalam surat Al-Furqan (25): 23 yang menegaskan bahwa *“Amal-amal yang tidak*

---

<sup>32</sup>Muhammad, dan Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), h. 23

<sup>33</sup>Lukman Fauroni, *Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Al Qur'an*, *IQTISAD Journal of Islamic Economics*, Vol. 4, No. 1, Muharram 1424 H/March 2003, h. 94

*disertai iman tidak akan berarti di sisiNya”.*

- c. Di dalam al-Qur'an juga ada beberapa terma yang berkaitan dengan konsep bisnis. Diantaranya adalah kata : *al Tijarah, al-bai'u, tadayantum, dan isytara*.<sup>34</sup>
- 1) Terma *tijarah*, yang bermakna berdagang, berniaga. Dalam al-Qur'an terma *tijarah* ditemui sebanyak delapan kali dan *tijaratuhum* sebanyak satu kali. Bentuk *tijarah* terdapat dalam surat al- Baqarah ayat 282, an-Nisa ayat 29, at-Taubah ayat 24, an- Nur ayat 37, Fatir ayat 29, as-Shaff ayat 10, pada surat al-Jum'ah ayat 11 (disebut dua kali). Ayat-ayat tersebut menjelaskan tentang petunjuk transaksi yang menguntungkan dan perniagaan yang bermanfaat, sehingga pelakunya akan mendapatkan keuntungan besar dan keberhasilan yang kekal. Perniagaan dimaksud adalah tetap dalam keimanan, keikhlasan amal kepada Allah dan berjihad dengan jiwa dan harta dengan menyebarkan agama dan meninggikan kalimat-Nya
  - 2) Terma *al-bai'u*, yang bermakna menjual. Dalam al-Qur'an terma *bai'* ditemui sebanyak dua kali yaitu *pertama*, terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 254 yang menyerukan agar membelanjakan serta mendayagunakan harta benda sesuai dengan keimanan dan bertujuan untuk mencari keuntungan sebagai bekal di hari kiamat. *Kedua*, surat Al-Baqarah ayat 275 memberikan pengertian tentang jual beli yang halal dan larangan untuk memperoleh atau mengembangkan harta benda dengan jalan riba
  - 3) Terma *tadayantum*, yang disebutkan satu kali pada surat Al-Baqarah ayat 282. Ayat ini digunakan dalam pengertian muamalah yakni jual beli, utang piutang, sewa menyewa dan lain sebagainya yang jika dilakukan tidak secara tunai hendaknya pencatatan dengan benar
  - 4) Terma *isytara*, kata *isytara* dengan berbagai ragamnya terdapat sebanyak dua puluh lima kali. Secara umum kata *isytara* dan berbagai ragamnya lebih banyak mengandung makna transaksi antara manusia dengan Allah atau transaksi sesama manusia yang dilakukan karena dan untuk Allah, atau juga transaksi dengan tujuan keuntungan manusia walaupun dengan menjual ayat-ayat Allah

### **3. Ketentuan Dasar Etika Bisnis Islam**

Ketentuan dasar yang menjadi rujukan bagi *moral awarness* para pebisnis muslim untuk menentukan prinsip-prinsip yang dianut

---

<sup>34</sup>Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*, MAZAHIB, Vol. IV, No. 2, Desember 2007, h. 14

dalam menjalankan bisnisnya antara lain sebagai berikut:<sup>35</sup>

a. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Alam semesta termasuk manusia, adalah milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhluk-Nya. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya, pranata sosial, politik, agama, moral, dan hukum yang mengikat masyarakat berikut perangkat institusionalnya disusun sedemikian rupa dalam sebuah unit bersistem terpadu untuk mengarahkan setiap individu manusia, sehingga mereka dapat secara baik melaksanakan, mengontrol, serta mengawasi, aturan-aturan tersebut. Berlakunya aturan-aturan ini selanjutnya akan membentuk *ethical organizational climate* tersendiri pada ekosistem individu dalam melakukan aktivitas ekonomi. Aturan-aturan itu sendiri bersumber pada kerangka konseptual masyarakat dalam hubungan vertikal dengan kekuatan tertinggi (Allah SWT), dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam semesta secara keseluruhan untuk menuju tujuan akhir yang sama. Semua manusia tergantung pada Allah, semakin ketat ketergantungan manusia kepada Allah, maka akan semakin dicintai-Nya.

Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

---

<sup>35</sup>Faisal Badroen dan M Arief Mufrani, "*Etika Bisnis*"..., h. 89.

b. Keseimbangan/Adil (*Equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam di arahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus di tempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman, karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan. Seperti firman Allah berikut ini.

*“Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan jangan lah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil itu lebih dekat dengan takwa”. (Q.S:Al-Ma’idah:8)*

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan (*tijarah*), Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat terjadi seperti adanya gangguan pada mekanisme pasar atau karena adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak di ketahui oleh salah satu pihak (*asyimetric information*).

Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus di dahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada

setiap takaran maupun timbangan. Konsep *ekuilibrium* juga dapat di pahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus di usung oleh seorang pebisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk dapat merealisasikan tindakan-tindakan yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.

c. Keseimbangan/Adil (*Equilibrium*)

Aktivitas ekonomi dalam konsep ini diarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam, baik sektor pertanian, perindustrian, perdagangan maupun lainnya. Larangan adanya bentuk monopoli, kecurangan, dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat. Salah satu kekhasan dan keunggulan sistem etika ekonomi Islam adalah kebersatuannya dengan nilai-nilai moral dan spiritual. Tanpa kendali moral, kecenderungan penguatan konsumtivisme, misalnya akan muncul praktik riba, monopoli, dan kecurangan akan menjadi tradisi.

Inilah kebebasan ekonomi bermoral terkendali (*al-hurriyah*) yang menjadi ciri dan prinsip sistem Islam, seperti kebebasan memiliki unsur produksi dalam menjalankan roda perekonomian. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan ini tidak merugikan kepentingan kolektif, kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika di kaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan di adili secara personal di hari kiamat kelak. Islam sama sekali tidak mengenal konsep Dosa Warisan, maka tidak ada seseorang pun bertanggungjawab atas kesalahan-kesalahan orang lain.

Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Ampunan harus di minta secara langsung dari Allah. Tidak ada seorang pun memiliki otoritas untuk memberikan keputusan atas nama-Nya. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber-sumber Islam (Al-Qur'an dan sunah) untuk kepentingannya sendiri. Setiap orang dapat menggunakan hak ini, karena hal ini merupakan landasan untuk melaksanakan tanggung jawab kepada Allah.

Jadi setiap manusia mempunyai tanggung jawabnya sendiri atas perbuatan-perbuatan yang di lakukannya di dunia dan harus mempertanggungjawabkan perbuatan itu di akhirat. Sehingga tanggung jawab amat sangat diperlukan bagi setiap individu termasuk dalam dunia bisnis.

e. Kebenaran (*Benevolence/Ihsan*)

*Ihsan* yaitu melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut, atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah SWT, jika tidak mampu, maka

yakinlah Allah SWT melihat.

Penerapan *ihsan* dalam kegiatan ekonomi akan menciptakan ketentraman, kedamaian dan kemaslahatan bagi pelaku bisnis maupun yang bukan pelaku bisnis. Menurut Ahmad aksioma *ikhshan* atau tatakrama dalam bisnis dirangkum menjadi tiga garis besar yakni sebagai berikut :

- 1) Murah Hati
- 2) Motif untuk Berbakti
- 3) Ingat kepada Allah dan perioritas utama-Nya

#### **4. Fungsi Etika Bisnis Islam**

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantaranya adalah:<sup>36</sup>

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b. Mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis
- c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan sunnah

---

<sup>36</sup>Johan Arifin, Etika Bisnis Islami, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 76

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

#### **A. Sejarah Singkat Perusahaan**

Toko Alisa merupakan salah satu toko alat tulis yang ada di Kota Bengkulu, di Jl. Semangka Panorama Kota Bengkulu yang pada didirikan pada tahun 1994. Pemilik toko Alisa bernama bapak Pendris seorang wirausahawan yang berhasil memanfaatkan perkembangan kebutuhan masyarakat yang ada di sekitar wilayah tempat tinggalnya.

“Pada mulanya toko grosir Alisa adalah toko kecil yang hanya menjual alat tulis dalam skala kecil, awalnya toko ini hanya mengontrak dan menjual alat tulis dalam skala kecil di tempat tersebut, namun pada tahun 1998 saat terjadinya krisis ekonomi di Indonesia si pemilik toko sebelumnya akhirnya memutuskan menjual toko nya. Namun toko Alisa masih belum cukup berkembang dan belum dikenal di Bengkulu saat itu.”<sup>1</sup>

Seiring dengan perkembangan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat dan beragam, maka bapak Pendris menyiasati perubahan kebutuhan itu dengan menambah jumlah barang dagangannya.

Dari penjelasan Bapak Pendris dapat diketahui:

“Berdirinya toko Alisa pada tahun 1994 dan seiring dengan perkembangan penduduk kota Bengkulu yang semakin meningkat. Toko Alisa menambah jumlah dagangannya dan memulai langkah baru di tahun 2003. Usaha yang awalnya hanyalah sebuah usaha kecil lama kelamaan menjelma menjadi salah satu toko grosir yang besar di kota Bengkulu. Memiliki omset penjualan yang semakin meningkat, dengan jumlah omset tidak kurang dari 150 juta perbulan dan memiliki 2 cabang di luar kota.”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Pendris, Pemilik Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 5 Oktober 2020

<sup>2</sup>Pendris, Pemilik Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 5 Oktober 2020

Alasan pemilik memilih usaha alat tulis kantor dan sekolah adalah karena alat tulis sekolah adalah barang harian yang menjanjikan dan memiliki keuntungan yang cukup.

“Alat tulis adalah barang kebutuhan setiap orang, hampir setiap hari orang-orang membutuhkan alat tulis baru baik itu kantor maupun sekolah, kebutuhan manusia ke alat tulis jauh lebih tinggi dibandingkan dengan kebutuhan pakaian karena pakaian akan tetap bisa dipakai meskipun sudah berganti model sedangkan alat tulis seperti pena, penghapus dan lain-lain akan habis bila dipakai terus menerus. Selain itu Pendidikan di kota Bengkulu terus mengalami perkembangan baik pelajar kantor maupun mahasiswa. Oleh karena itu alat tulis dianggap sebagai pilihan tepat sesuai peluang yang ada”<sup>3</sup>

## **B. Visi dan Misi Toko Alisa Kota Bengkulu**

1. Visi Toko Alisa Kota Bengkulu<sup>4</sup>
  - a. Menjadi perusahaan penyedia alat-alat tulis kantor yang bermutu
  - b. Menjadi penyedia keperluan alat tulis kantor terlengkap dan terpercaya
2. Misi Toko Alisa Kota Bengkulu<sup>5</sup>
  - A. Memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan
  - B. Memberikan kualitas yang terbaik dengan layanan prima dan terpercaya

---

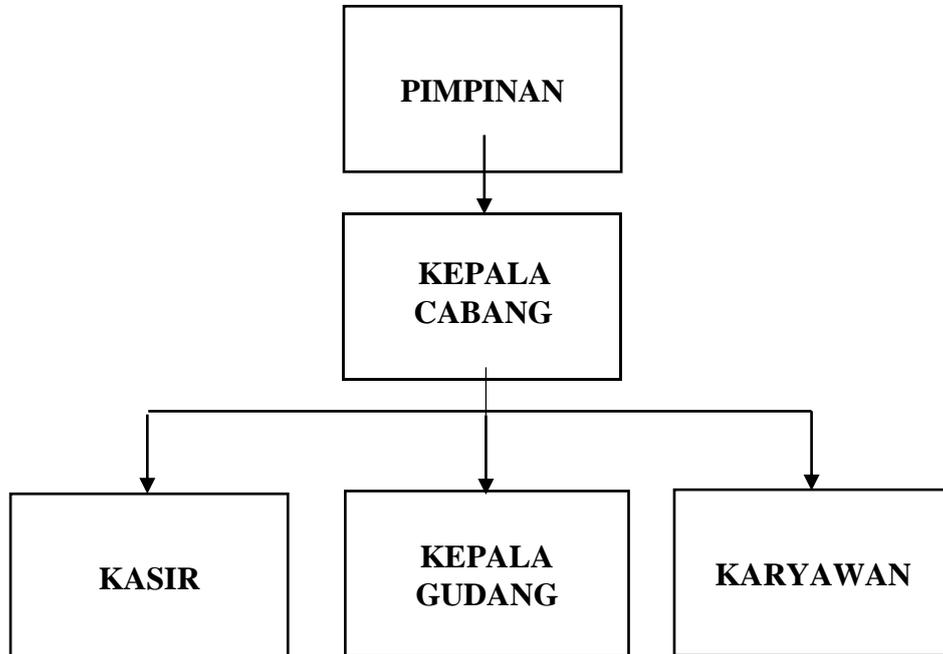
<sup>3</sup>Pendris, Pemilik Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 5 Oktober 2020

<sup>4</sup>Pendris, Pemilik Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 5 Oktober 2020

<sup>5</sup>Pendris, Pemilik Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 5 Oktober 2020

### C. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi Toko Alisa Panorama Bengkulu



Sumber : Toko Alisa  
Gambar 3.1

Keterangan jabatan :

1. Pimpinan

Wewenang dan tanggung jawab pimpinan adalah sebagai berikut:

- a. Memimpin, merencanakan, dan mengendalikan perusahaan
- b. Bertanggung jawab atas laporan pelaksanaan tugas dari bawahannya pada masing-masing bagian
- c. Membuat keputusan untuk kemajuan perusahaan
- d. Merencanakan, merumuskan dan menciptakan rencana dan program kerja, anggaran, kebijakan umum yang diperlukan sebagai pedoman di dalam menjalankan operasi perusahaan.

2. Kepala Cabang

Tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab untuk mengoordinasi dan mengawasi semua operasi cabang, termasuk perekrutan staf
- b. Bertanggung jawab untuk menarik pelanggan dan mitra baru, serta mempertahankan yang sudah ada

3. Kasir

Tugasnya adalah sebagai berikut :

- a. Melayani pembayaran dari konsumen yang berbelanja
- b. Menyimpan dan mengatur uang yang keluar masuk dari pembelian dan penjualan barang dagangan
- c. Menentukan buget pembelanjaan / pengeluaran kas sehari hari untuk keperluan kas kecil.
- d. Memeriksa kebenaran pengeluaran, harus sesuai dengan target yang ditentukan.
- e. Menerima uang dari pembelian tunai dari konsumen.

4. Kepala gudang

Tugasnya adalah sebagai berikut :

- a. Memeriksa jumlah barang yang masih tersisah di Gudang
- b. membuat sebuah perencanaan tentang pengelolaan gudang,
- c. mengawasi dan mengendalikan operasional gudang sehari - hari
- d. Memastikan stock barang sesuai dengan kebutuhan

5. Karyawan

Tugasnya adalah sebagai berikut :

Karyawan bertugas Mengecek barang-barang,  
Membersihkan/ Menyusun barang-barang yang akan dijual,

melayani konsumen yang berbelanja serta membantu konsumen menemukan produk yang dibutuhkanya

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pemilik toko maka didapati:

“Struktur Di toko Alisa terdiri beberapa bagian diantaranya pimpinan yaitu Bapak Pendris sendiri, kepala cabang yaitu 3 orang sesuai dengan cabang toko Alisa yang berada di Bengkulu, Muko-Muko dan Padang, Sumatra Barat dan dimasing masing cabang memiliki 1 orang kasir. Selain itu terdapat karyawan yang berkisar 10-13 orang dan 3 orang kepala gudang.”<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Pendris, Pemilik Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 5 Oktober 2020

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Mekanisme Penetapan Harga Alat Tulis di Toko Grosir Alisa Panorama Kota Bengkulu

Mekanisme penetapan harga grosir barang dagangan yang di gunakan toko Alisa berdasarkan:

- a. *Going Rate Pricing* (Penetapan Harga Berdasarkan Harga Yang Berlaku)

Toko Alisa mendasarkan harganya pada harga yang ditawarkan rata – rata pesaing dan kurang memperhatikan biaya dan permintaanya. Toko dapat memberikan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing. Itu yang berlaku di usaha perdagangan sejenis yang juga biasanya para pedagang menggunakan harga pasaran yang ada agar adil diantara para pedagang lainnya.

Hal ini berdasarkan dari wawancara Ibu Aisyah selaku kepala cabang usaha:

Mekanisme penetapan harga yang di lakukan mengikuti harga yang berlaku di pasar, berapa harga pasar yang berlaku maka segitu pula kami menjual, biasanya untuk eceran semua toko akan memberikan harga yang sama karena memang harga pasaran<sup>1</sup>

Mekanisme penetapan harga ini hanya berlaku untuk

---

<sup>1</sup>Aisyah, Kepala Cabang Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 16 Oktober 2020

pembeli eceran yang berbelanja dengan volume sedikit atau biasanya untuk digunakan sendiri

b. *Mark-up*

Penetapan Harga Markup Merupakan metode yang biasanya digunakan oleh para pedagang yang usahanya membeli dan menjual kembali barang tersebut setelah terlebih dahulu ditambah biaya-biaya. Biasanya besar markup adalah keseluruhan biaya operasi dan keuntungan yang diinginkan. Dalam sistem ini, perusahaan menetapkan harga jual dengan menambah harga beli dengan persentase laba yang diinginkan.

Laba yang diambil oleh toko Alisa biasanya berbeda beda tergantung pada volume pembelian barang, semakin banyak pembeli berbelanja maka harga yang diberikan akan semakin murah dan laba yang di dapatkan akan semakin sedikit. Karena toko Alisa adalah toko grosir maka keuntungan yang didapatkan tidak terlalu besar, biasanya keuntungan utama toko ini berasal dari pembeli eceran atau pembeli umum yang berbelanja dalam skala besar.

Salah satu faktor yang mempengaruhi dalam mekanisme Mark-up adalah modal awal, dari modal awal tersebut toko menambahkan dengan biaya oprasional lain dan laba yang diinginkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha toko Alisa kota Bengkulu yaitu Bapak Pendris mengatakan bahwa:

“Biasanya toko kami berbelanja kepada sales yang datang dari Jakarta atau Palembang dengan tujuan menawarkan barang dan bila harga telah sesuai maka toko Alisa akan menjalin kerjasama dengan sales tersebut. Tiap bulan sales tersebut akan datang menawarkan barang model terbaru

sehingga biaya transportasi menjadi lebih ringan.”<sup>2</sup>

Selain dari sales toko Alisa juga membeli barang dan mendapat modal awal dari distributor di Jakarta.

Bapak Pendris menjelaskan dalam wawancara yang peneliti lakukan:

“Pembelian pada distributor biasa dilakukan dengan volume yang besar, semakin banyak toko Alisa membeli barang pada distributor maka akan semakin murah modal yang di dapatkan toko Alisa untuk dijual kembali di Bengkulu. Bapak Pendris juga menjelaskan bila terkadang para distributor memberikan paket murah seperti apabila membeli 100 kardus kertas maka akan mendapat bonus 5 kardus gratis.”<sup>3</sup>

Menurut penjelasan Bapak Pendris itulah yang menyebabkan toko Alisa dapat memberi harga yang murah tapi tetap mendapatkan keuntungan.

Penggunaan mekanisme Mark-up digunakan untuk pemberian harga kepada pembeli grosir dan harga umum

1) Pembeli grosir

Pembeli grosir adalah pembeli yang biasanya berasal dari luar kota yang menjual barang sejenis atau pembeli yang bertujuan untuk dijual kembali, biasanya berasal dari potocopy atau warung. Mekanisme harga yang digunakan adalah dengan menambahkan seluruh biaya ditambah laba yang diinginkan. Biasanya laba dari pembeli grosir lebih kecil pembeli umum.

---

<sup>2</sup>Pendris, Pemilik Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 25 Oktober 2020

<sup>3</sup>Pendris, Pemilik Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 25 Oktober 2020

Hal ini seperti yang diungkapkan oleh pemilik toko:

“Harga ini khusus kami berikan ke pembeli yang berbelanja untuk dijual kembali, seperti warung, toko sejenis yang lebih kecil, fotocopy, dan pembeli dari luar daerah yang memang akan dijual kembali di daerah mereka, kami memberikan harga lebih murah dari pembeli eceran atau pembeli umum yang berbelanja banyak untuk dipakai sendiri. Harga akan kami beri akan lebih murah lagi bila pembeli dari warung dan toko membeli dengan volume yang banyak. Semakin banyak toko atau warung berbelanja maka semakin banyak kami akan memberikan potongan harga.”<sup>4</sup>

2) Pembeli umum

Pembeli umum biasanya adalah pembeli yang memang berbelanja secara banyak tapi bukan untuk dijual Kembali. Pembeli ini biasanya berasal dari instansi atau lembaga kantor tapi tidak jarang juga pembeli memang berbelanja secara banyak tapi untuk dipakai sendiri.

Bapak Pendris mengemukakan dalam wawancara yang penulis lakukan:

“Biasanya harga umum ini khusus kami berikan kepada pembeli yang memang berbelanja dalam volume banyak tapi bukan untuk dijual kembali, biasanya pembeli berbelanja untuk dipakai sendiri atau kebutuhan kantor. Mekanisme penetapan harganya adalah dengan menambahkan jumlah biayanya kemudian ditambah laba yang diinginkan”<sup>5</sup>

Meskipun mekanisme yang digunakan sama namun harga yang diberikan berbeda, hal itu dimaksudkan untuk tetap menjaga keseimbangan harga pasaran. Pembeli yang

---

<sup>4</sup>Pendris, Pemilik Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 15 Oktober 2020

<sup>5</sup>Pendris, Pemilik Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 15 Oktober 2020

bertujuan untuk dipakai tidak akan diberikan harga yang sama dengan pembeli yang bertujuan untuk dijual kembali walaupun pembeli tersebut membeli dengan volume yang banyak, hal itu dimaksudkan agar pembeli yang bertujuan untuk dijual Kembali tetap bisa menjual dengan harga yang sama dengan harga yang berlaku di pasar.

Dalam jual belinya toko Alisa memiliki beberapa saingan di Bengkulu diantaranya ada toko Usmardi di Soeprapto kota Bengkulu dan toko Samudra Jaya di Pasar Minggu Kota Bengkulu.

Berdasarkan penuturan Ibu Aisyah dalam wawancara yang peneliti lakukan:

“Memang ada beberapa saingan toko Alisa di Bengkulu dan bagi toko Alisa itu adalah hal yang wajar, setiap orang berhak melakukan jual beli dimanapun dan jenis apapun, walaupun barang yang kami jual relatif sama tapi kami percaya Allah telah mengatur rezeki setiap orang. Jadi kami tidak merasa terganggu dengan saingan saingan kami.”<sup>6</sup>

Selain untuk mengambil keuntungan, toko Alisa sendiri melakukan penetapan harga dengan menggunakan prinsip kejujuran, hal ini seperti yang dijelaskan bapak Pendris:

“Yang terpenting di toko kami adalah kejujuran, itupula yang menjadi rahasia toko kami bisa terus bertahan hingga sekarang, jangan ada pihak yang merasa dirugikan dalam jual beli, Ketika kami menjual suatu produk maka kami akan jujur kepada pembeli, apabila barang tersebut bagus maka kami akan mengatakan bagus namun bila barang tersebut memiliki cacat maka kami akan mengatakan kepada pembeli bahwa barang tersebut mengalami cacat, dan bila pembeli tetap ingin membeli maka kami akan memberikan potongan harga untuk

---

<sup>6</sup>Aisyah, Kepala Cabang Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 20 Oktober 2020

barang yang cacat”<sup>7</sup>

Sejauh ini tidak ada konsumen yang merasa dirugikan dan melakukan keluhan terhadap mekanisme penetapan harga yang ada di toko Alisa. Konsumen tidak merasa dirugikan akan sistem pembagian harga karena sadar hal tersebut dilakukan untuk menjaga kestabilan harga dan ekonomi. Adanya toko Alisa juga memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan karena tidak perlu berkeliling pasar untuk mencari kebutuhan alat tulis, baik untuk sekolah maupun kantor. Selain itu, toko Alisa juga menerima penitipan kotak infaq dari lembaga zakat, masjid atau lembaga yang lainnya.<sup>8</sup> dan toko Alisa juga memberi uang infaq ketika ada yang datang meminta sumbangan, dana tersebut diambil dari hasil pendapatan toko Alisa.<sup>9</sup> Waktu istirahat di toko Alisa bersifat kondisional dan bisa bergantian, jadi apabila tiba waktu shalat maka karyawan diperkenankan menunaikan shalat, kemudian yang lain bergantian untuk menjaga toko<sup>10</sup>

Bentuk kejujuran yang dilakukan pemilik seperti memberi tau apabila terdapat cacat pada barang. Bila modal suatu barang sedang turun maka penjual akan menurunkan harga dan jika modal awal suatu barang naik maka harga akan dinaikkan tergantung dengan harga yang berlaku di pasar. Adalah bentuk transparansi yang merupakan kunci keberhasilan. Sedangkan diberikannya waktu untuk mengerjakan

---

<sup>7</sup>Pendris, Pemilik Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 25 Oktober 2020

<sup>8</sup>Pendris, Pemilik Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 27 Oktober 2020

<sup>9</sup>Pendris, Pemilik Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 27 Oktober 2020

<sup>10</sup>Pendris, Pemilik Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 27 Oktober 2020

shalat bagi karyawan pada jam kerja merupakan suatu tindakan keadilan bagi karyawan. Selain itu, apa yang sudah dilakukan oleh toko Alisa seperti memberi sumbangan dan menerima titipan kotak infaq yaitu untuk mencari keberkahan dalam suatu bisnis. Karena suatu bisnis tidak hanya mencari keuntungan semata melainkan kebermanfaatnya bagi pemilik, karyawan, konsumen ataupun pihak lainnya.

Dari penelitian yang telah dilakukan maka di dapati dalam praktik bisnisnya toko Alisa membagi harga menjadi 3 kelompok yaitu pembeli eceran, pembeli grosir untuk dijual kembali dan pembeli untuk umum. Masing masing pembeli diberikan harga yang berbeda dan menggunakan mekanisme yang berbeda.

Untuk harga eceran menggunakan *Going Rate Pricing* yaitu penetapan harga dengan mengikuti harga yang berlaku di pasar sedangkan mekanisme penetapan harga kepada pembeli umum dan grosir menggunakan *Mark-Up* atau penentuan harga dengan menambahkan jumlah biaya operasional dengan laba yang diinginkan

Adapun jenis alat tulis yang ada di toko Alisa ini sangat beragam, dengan berbagai harga dan model yang disediakan pada table dibawah ini peneliti mengambil beberapa jenis barang dan harga yang ada di toko Alisa.

**Tabel 4.I**  
**Daftar Jenis-jenis Harga Alat Tulis yang di**  
**Perjual Belikan di Toko Alisa**  
**Tahun 2020**

No	Jenis Barang	Harga Eceran	Harga Grosir	Harga Umum
1	Kertas HVS A4- 70 Natural	Rp. 40.000,-/rim	Rp.165.000,-/box	Rp. 170.000,-/box
2	Kertas HVS F4- 70 Natural	Rp. 45.000,- /rim	Rp.195.000,-/box	Rp. 200.000,-/box
3	Kertas HVS A4- 70 Sinar Dunia	Rp. 45.000,-/rim	Rp.190.000,-/box	Rp. 200.000,-/box
4	Kertas HVS F4 70 Sinar Dunia	Rp. 50.000,-/rim	Rp.200.000,-/box	Rp.200.000,-/box
5	Pena Standar AE7	Rp. 2000,-/pcs	15.000,-/lusin	Rp. 17.000,-/lusin
6	Pena Kenko Easy Gell	Rp.3500,-/pcs	Rp.26.000/lusin	Rp.30.000,-/lusin
7	Pensil Stadler	Rp. 4000,-/pcs	Rp.33.000,-/lusin	Rp. 36.000,-/lusin
8	Pensil Faber Castel	Rp.4000,-/pcs	Rp.35.000,-/lusin	Rp. 38.000,-/lusin
9	Double tape 12	Rp.4000,-/pcs	Rp.60.000,-/roll	Rp. 65.000/roll
10	Buku Gambar Sinar Dunia	Rp.4000,-/pcs	Rp.15000,-pak	Rp.18.000,-/pak
11	Map Kertas	Rp.1000,-/pcs	Rp.23.000,-/pak	Rp.30.000,-/pak
12	Map Pelastik Lobang	Rp.7000,-/pcs	Rp.105.000,-/box	Rp.110.000,-/box

13	Map Elastik Jepit	Rp.7000,-/pcs	Rp.115.000,-/box	Rp.120.000,-/box
14	Buku Sinar Dunia 38	Rp.3500,-/pcs	Rp.25.000,-pak	Rp.27.000,-/pak
15	Buku Sinar Dunia	Rp.4500,-/pcs	Rp.35.000,-/pak	Rp.37.000,-/pak
16	Tipe-x Joyko	Rp.5000,-/pcs	Rp.42.000,-/box	Rp.46.000,-/box
17	Pena Greebel	Rp.2000,-/pcs	Rp.12.500,-/lusin	Rp.15.000,-/lusin
18	Buku Folio Paperline	Rp.15.000,-/pcs	Rp.67.500,-/pak	Rp.70.000,-/pak
19	Pena Gell Joyko NT 100	Rp.3000,-/pcs	Rp.22.000,-/lusin	Rp.25.000,-/lusin
20	Isolasi Kardus	Rp.10.000,-/pcs	Rp.50.000,-/Roll	Rp.57.000,-/Roll

Sumber: Data Primer Wawancara Langsung dengan Pemilik Toko Alisa pada Bulan Oktober 2020

Berdasarkan tabel 4.I dapat disimpulkan bahwa harga yang ada di toko Alisa dibedakan menjadi 3 yaitu harga grosir, harga eceran dan harga pembeli umum. Harga grosir adalah harga yang khusus diberikan kepada pembeli yang bertujuan untuk dijual kembali, Harga eceran adalah harga khusus yang diberikan unruk pembeli yang berbelanja dalam volume sedikit atau satuan dan yang biasanya dengan tujuan dipakai sendiri, sedangkan harga umum adalah harga yang diberikan kepada pembeli yang berbelanja dalam volume banyak namun tidak untuk dijual kembali.

Menurut wawancara yang telah penulis lakukan dengan ibu Aisyah selaku kepala cabang toko Alisa Bengkulu menjelaskan bahwa salah satu faktor penetapan harga pada toko Alisa berpatokan pada volume pembelian barang:

“Pembeli bisa melakukan pembelian dalam kuota besar maupun kecil, pembeli dengan volume besar biasanya berasal dari toko sejenis yang lebih kecil dan terkadang memang ada pembeli umum yang ingin membeli untuk dipakai sendiri dengan volume besar. tergantung dari keinginan para konsumen tersebut. Dalam penentuan harga jual pembelian dalam jumlah kecil dan besar memiliki perbedaan yang sangat signifikan.”<sup>11</sup>

Karena toko Alisa adalah toko grosir maka rata rata pembeli berbelanja dalam volume banyak, pembeli yang membeli satu box akan mendapat harga yang lebih murah dari yang membeli satuan. Harga satu pena adalah 2000 rupiah dan harga satu kotak pena adalah 17.000 rupiah yang berisi satu lusin atau 12 buah, apabila pembeli membeli secara eceran sebanyak 12 buah maka harga yang diterima adalah 24.000 tapi bila membeli satu lusin akan diberi harga 17.000 rupiah. Keuntungan yang didapat dari penjualan dengan harga grosir dan pembeli umum akan lebih sedikit dibandingkan dengan penjualan secara eceran sesuai dengan laba yang telah ditentukan toko Alisa. Namun walaupun keuntungan dari grosir lebih sedikit ini lebih menguntungkan bagi toko grosir karena penjualan dengan grosir akan membuat barang lebih cepat habis karena terjual dengan volume banyak sehingga toko bisa menjual kembali barang baru

---

<sup>11</sup>Aisyah, Kepala Cabang Toko Alisa, Wawancara pada Tanggal 23 Oktober 2020

## **B. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Mekanisme Penetapan Harga di Toko Alat Tulis Alisa Kota Bengkulu**

Islam mengatur seluruh aspek seorang muslim dalam kehidupan termasuk dalam jual beli dan penetapan harga. Islam mengharuskan seorang muslim untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan, dalam suatu bisnis persyaratan adil yang paling mendasar adalah menentukan kualitas dan ukuran kuantitas pada setiap takaran atau timbangan suatu produk.

Agama Islam menganjurkan kepada setiap muslimin bahwa suatu bisnis bukanlah keuntungan semata yang diperhatikan melainkan segala sesuatu yang terkait dengan bisnis tersebut tidak boleh bertentangan dengan etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam memberikan ketentuan dasar bahwa perilaku bisnis harus mengetahui, memahami dan juga menjalankan etika dalam berbisnis, seperti persatuan (tauhid), keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan *Ihsan*.

Persatuan (tauhid) dalam Islam ialah hubungan antara Sang Pencipta dengan makhluknya (dimensi vertikal). Allah SWT sebagai Tuhan Yang Maha Kuasa menetapkan batas-batas tertentu dalam perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberi manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya

Ketauhidan yang ada di toko grosir Alisa bahwasanya selama menerapkan sistem pembagian harga di toko Alisa tidak ada konsumen yang komplek karena merasa dirugikan dengan mekanisme penetapan harga yang dilakukan dan keterangan dari pemilik yang mengatakan cukup

sampai sekarang puas dengan penetapan harga di toko Alisa dan tidak ada yang merasa dirugikan baik dari pembeli eceran umum maupun grosir. Sehingga mekanisme penetapan harga di toko grosir alat tulis Alisa mengandung nilai ketauhidan karena tidak merugikan penjual atau pembeli dalam mekanisme penetapan harganya. Selain hal tersebut bentuk ketauhidan di toko grosir alat tulis Alisa antara lain, pemilik dan karyawan Toko Alisa beragama Islam, ketika jam kerja tiba waktu shalat maka karyawan dibolehkan untuk shalat secara bergantian.

Menjaga kepuasan pelanggan ialah dengan cara seperti yang Rasulullah ajarkan dalam jual belinya, yaitu dengan menerapkan kejujuran, keadilan dan amanah dalam berbisnis. Jika terjadi perselisihan maka diselesaikan dengan damai dan tanpa unsur penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak.

Keseimbangan atau keadilan dalam Islam ialah mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Sedangkan dalam suatu bisnis, persyaratan adil yang paling mendasar adalah menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kwanitas) pada setiap takaran atau timbangan suatu produk.

Berdasarkan hasil penelitian di Toko Alisa bahwasanya konsep keseimbangan yang dipraktikkan di toko Alisa yaitu keadilan dalam kejelasan penetapan harga berdasarkan banyaknya volume pembelian apabila terdapat konsumen yang berbelanja untuk dijual kembali akan diberikan harga yang murah, berbeda dengan pembeli yang berbelanja

dengan volume sedikit atau eceran, hal ini menunjukkan keadilan dalam menetapkan harga. Karena apabila pembeli dengan volume sedikit diberikan harga yang sama dengan pembeli untuk dijual Kembali maka pembeli eceran tidak akan berbelanja di toko sejenis yang lebih kecil.

Kehendak bebas dalam Islam berarti agama Islam tidak memberikan ruang kepada intervensi dari pihak mana pun untuk menentukan harga, kecuali apabila kondisinya *darurat* yang kemudian menuntut pihak-pihak tertentu untuk ambil bagian dalam menetapkan harga. Sehingga pasar harus menjadi cerminan dari hukum penawaran dan permintaan yang direpresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja memainkannya

Dari hasil penelitian di toko Alisa didapati beberapa cara yang digunakan toko Alisa dalam menjaga kepuasan pelanggan yaitu dengan cara tidak memuji keunggulan suatu barang berlebihan padahal mutunya tidak sebaik yang dipromosikan, hal ini sama saja seperti membohongi pembeli, apabila konsumen sudah pernah dibohongi dan tidak mendapat kepuasan dalam berbelanja maka hal ini akan berdampak buruk pada citra toko Alisa.

Berdasarkan hasil penelitian di toko grosir alat tulis Alisa bahwasanya mekanisme penetapan harga atau harga yang ada di toko grosir alat tulis Alisa merupakan keputusan dari pemilik toko tanpa campur tangan pihak lain. Kehendak bebas yang diberikan kepada konsumen yaitu konsumen diberi kebebasan memilih sendiri barang yang

diinginkanya sesuai dengan keinginan, karyawan hanya menawarkan dan merekomendasikan model barang, sedangkan pembeli bebas memilih barang yang diinginkan sesuai selera.

Tanggung jawab dalam Islam ialah setiap orang akan dimintai pertanggungjawabannya baik di dunia maupun di akhirat. Aksioma dasar tanggung jawab merupakan bentuk pencegahan dari tindakan yang tidak bertanggung jawab dan sekaligus menjadi suatu perlindungan terhadap hak-hak orang lain dalam etika bisnis Islam.

Hasil penelitian di toko alat tulis Alisa bahwasanya bentuk tanggung jawab dari penjual yaitu Toko Alisa ini tidak menetapkan harga dan tidak menjual barang yang dilarang negara atau pun agama Islam. Serta toko Alisa menerima complain apabila barang yang dijual ternyata memiliki cacat, toko Alisa akan mengganti dengan barang baru atau mengembalikan uang pembeli apabila memang barang yang dibeli ternyata rusak. Tapi kebijakan ini hanya berlaku untuk barang yang sudah dicoba di toko bagus ternyata sampai dirumah rusak. Sedangkan bentuk tanggung jawab dari konsumen yaitu konsumen yang sudah selesai berbelanja di kemudian membayarnya secara benar dan jujur dan bentuk tanggung jawab lain adalah apabila barang yang dibeli ternyata rusak oleh pembeli itu sendiri maka pembeli tidak bisa mengembalikan barang kepada toko, barang hanya bisa dikembalikan apabila sudah terdapat perjanjian di awal akad.

Ikhsan dalam Islam berarti melaksanakan perbuatan baik yang

dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut, atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah SWT, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah SWT melihat. Penerapan *ihksan* dalam kegiatan ekonomi akan menciptakan ketentraman, kedamaian dan kemaslahatan bagi pelaku bisnis maupun yang bukan pelaku bisnis

Hasil wawancara dengan pemilik mengenai mekanisme penetapan harga di toko Alisa bahwa pemilik dan karyawan telah melayani secara ramah dan sopan, sehingga konsumen merasa nyaman dan senang saat berbelanja. Toko Alisa memiliki beberapa pesaing dalam bisnisnya di kota Bengkulu namun toko Alisa selalu bersaing dengan sehat, toko Alisa tidak pernah menjelek jelekan toko lain dan pemilik memberikan harga sesuai dengan harga yang berlaku di pasar. Jadi penerapan *ikhhsan* di toko Alisa adalah terciptanya hubungan yang baik antara sesama manusia dan juga menjaga hubungan dengan Sang Pencipta melalui kegiatan yang bersifat ibadah.

Jadi dapat penulis simpulkan bahwa mekanisme penetapan harga di toko Alisa telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Yang terjadi di toko Alisa adalah pemilik menggunakan mekanisme *Going Rate Pricing* (Penetapan Harga Berdasarkan Harga Yang Berlaku) dan tetap mengikuti harga jual di pasaran dalam memberikan harga eceran dan menggunakan mekanisme *Mark-up* dengan menambahkan jumlah biaya operasional dengan laba yang diinginkan dan laba yang diambil oleh toko

Alisa tidak memberatkan pihak manapun, toko Alisa pun tetap mendapat keuntungan dari laba yang diambil walaupun sedikit. Tidak ada pihak yang merasa dirugikan dengan harga yang diberikan toko Alisa. Selain itu toko Alisa menjalankan etika dalam berbisnis, seperti persatuan (tauhid), keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan *Ihsan*.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah peneliti menguraikan hal-hal yang berhubungan dengan mekanisme penetapan harga di toko grosir Alisa. Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Toko Alisa menggunakan 2 Mekanisme dalam penetapan harga, mekanisme pertama yang digunakan di toko Alisa adalah mekanisme *Going Rate Pricing* atau penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku di pasaran untuk pembeli eceran dan menggunakan mekanisme *Mark-up* untuk pembeli umum dan grosir, mekanisme mark-up adalah mekanisme dimana perusahaan menetapkan harga jual dengan menambah harga beli dengan persentase laba yang diinginkan.
2. Mekanisme Penetapan harga di toko grosir alat tulis Alisa kota Bengkulu ditinjau dari Etika Bisnis Islam yaitu sudah sesuai dengan Etika Bisnis Islam. Mekanisme penetapan harga yang diterapkan di toko Alisa mengandung ketentuan dasar etika bisnis Islam yaitu persatuan (tauhid), keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan *Ihsan*.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi penjual.

Terkait mekanisme penetapan harga di toko alat tulis Alisa kota Bengkulu dalam penetapan harga, sebaiknya penjual tetap mempertahankan yang telah digunakan, yaitu tetap mengambil keuntungan sewajarnya dan tetap mengikuti harga yang berlaku di pasar agar pembeli terus berlangganan di toko Alisa dan tidak ada pihak yang dirugikan karena telah dilandasi oleh asas suka sama suka dan akan memperoleh hasil yang lebih berkah

2. Bagi pembeli.

Hendaknya meningkatkan pemahaman tentang etika bisnis Islam secara praktik dan teoritik agar dapat mengetahui perilaku bisnis yang sesuai atau menyimpang menurut aturan Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abidin, Zainal dan Ibnu Mas'ud. 2007. *Fiqh Madzhab Syafi'i*. Bandung: Pustaka Setia.
- Khoerudin, Koko dan Hariman Surya Siregar. 2019. *Fiqh Muamalah Teori dan Implementasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syafe'i, Rachmat. 2001. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Al-Zuhaily, Wahbah. 2011. *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuh* Penerjemah Abdul Hayyie Al- Kattani, Dkk. Jakarta: Gema Insani.
- Sabiq, Sayyid. 2003. *Fiqh As-Sunnah Jilid 12 Alih Bahasa Kamalludin A. Muzaki*. Bandung: PT. Alma'arif.
- Al-Asqalani, Al-Hafizh Ibnu Hajar. 2007. *Terjemahan Bulughul Maram*. Jakarta: Pustaka Imam Adz-Dzahabi.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press
- Al-Mishri, Abdul Sami'. 2006. *Pilar-Pilar Ekonomi Islam, Cet. I*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sukirno, Sadono. 2015. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta; Rajawali Pers.
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Social dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Social, KebijakanPublik, Komunikasi Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sugiono. 2008. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeti.
- Suhendi, Hendi. 2002. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad. 2010. *Fiqh Muamalat: Sistem Transaksi dalam Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muslich, Ahmad Wardi. 2015. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah.
- Haroen, Nasrun. 2000. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Kasir, Ibnu. 2000. *Tafsir Ibnu Kasir Diterjemahkan Oleh Bahrudin Abu Bakar, Dari Judul Asli Tafsir Qurannilngadiim*. Bandung: Sinar Baru Algesiondo

- Huda, Nurul. 2008. *Ekonomi Makro Islami*. Jakarta, Kencana.
- Amstrong, Gary. 1987. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Muhamad. 2005. *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: Upp Amykpn
- Mustafa, E. Nasution, dkk. 2006. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islsm*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rozalinda. 2016. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kasmir. 2014. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rosyidi, Suherman. 2011. *Penghantar Teori Ekonomi Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta:Raja Wali Pres.
- Hamdani, dan Rambat lupiyoadi. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Selamba Empat
- Hartono, Budi. 2012. *Ekonomi Bisnis Peternakan*. Malang: UB Press.
- Binjai, Abdul Halim Hasan. 2006. *Tafsir Al-Ahkam*, Edisi 1, Cet. Ke-1. Jakarta: Kencana.
- Harahap, Isnaini dkk. 2015. *Hadis-Hadis Ekonomi*, Cet. I. Jakarta: Kencana Prenamedia Group
- Mardani. 2017. *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, Cet. 4. Jakarta: Rajawali Pers.
- Riyadi, Abdul Kadir. Fauzia dan Ika Yunia. 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam: Perspektif Maqashid al-Syari'ah*. Jakarta: Kencana.
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*, Ed. 1. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Karim, A. Adiwarmn. 2010. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada
- Mufrani, Faisal Badroen dan M Arief. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta:Kencana.
- Fauroni, Muhammad, dan Lukman. 2002. *Visi al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah

### Skripsi

Rosmizal, “*Mekanisme Penentuan Harga Jual Ayam Pedaging (Broiler) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*”, Skripsi (Jurusan Syariah dan Ilmu Hukum Sultan Syarif Kasim Riau, Tahun 2011)

Elvan Firmansyah, “*Mekanisme Penetapan Harga Di Rumah Makan Rama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*”, Skripsi (Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam (IAIN) Metro, Tahun 2018)

### Jurnal

Lukman Fauroni, *Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Al Qur'an*, IQTISAD *Journal of Islamic Economics*, Vol. 4, No. 1, Muharram 1424 H/March 2003, h. 94

Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 76

Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*, MAZHIB, Vol. IV, No. 2, Desember 2007, h. 14

Kendro Pratomo dan Trisna Taufik, *Jurnal Ekonomi Islam*, , Mekanisme Pasar dan Penetapan Harga Dalam Perekonomian Islam (Studi Analisis Pemikiran Ibn Taimiyah), (Vol. 04 No. 03, 2018)

Mario Kienzler dan Cristian Kowalkowski, *jurnal bisnis, Pricing Strategy: A Review Of 22 Years Of Marketing Research*, (Vol 78 September 2017)

HM. Birusman Nuryadin, “*Harga dalam Perspektif Islam*” dalam MAZHIB, (Samarinda, Vol IV, No. 1 Juni 2007), h. 93.

Euis Amelia *Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam* dalam *AL-IQTISHAD* (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sarif Hidayatullah Vol V no 1 h.6

L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Jum'at, 17 Juli 2020  
Nama Mahasiswa : Abdul Aziz  
NIM : 1611130157  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
Mekanisme Penetapan Harga Secara Grosir Menurut Sayyid Sabiq (Studi Pada Toko Alisa Panorama Kota Bengkulu)	 Abdul Aziz NIM.1611130157	 Khairah Elwardah, M.Ag NIP.197808072005012008

Mengetahui,  
a.n. Dekan  
Wakil Dekan I,

  
Dr. Nurul Hak, M.A.  
NIP. 196606161995031003

Catatan:  
Mohon Berkas ini dikembalikan kepada Pengelola  
Fotokopi dan Cap 1 (Satu) Rangkap

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Abdul Aziz  
NIM : 1611130157  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

No	Permasalahan	Saran Penyeminar
1.	Judul	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lebih efisien dan hapus kata "secara grosir". Ubah menjadi "Mekanisme Penetapan Harga Secara Grosir Menurut Sayyid Sabiq (Studi Pada Toko Aapl Pagar Dewa Kota Bengkulu)</li></ul>
2.	Latar Belakang	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lengkapi yang masih Kurang</li></ul>
3.	Data Empiris	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tambahkan hasil wawancara dengan narasumber</li></ul>
4.	Footnote	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lengkapi Footnote pada wawancara</li></ul>

Bengkulu, 17 Juli 2020  
Penyeminar,



**Khairah Elwardah, M.Ag**  
NIP.197808072005012008

## HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi Berjudul “Mekanisme Penetapan Harga Jual Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Toko Alat Tulis Alisa Panorama Kota Bengkulu”

yang disusun oleh :

Nama : Abdul Aziz

Nim : 1611130157

Prodi : Ekonomi Syariah

Telah diseminarkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Jum'at

Tanggal : 17 Juli 2020 M/1441 H

Dan telah diperbaiki sesuai dengan saran-saran tim penyeminar. Oleh karenanya sudah dapat diusulkan kepada jurusan untuk ditunjuk Tim Pembimbing Skripsi.

Bengkulu, 17 Juli 2020  
26 Dzulkaidah 1441 H

**Mengetahui**  
**Ketua Prodi Ekonomi Syariah**

  
**Eka Sri Wahyuni, SE, MM**  
**NIP. 197705092008012014**

**Penyeminar,**

  
**Khairiah Elwardah, M.Ag**  
**NIP. 197808072005012008**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu  
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

**SURAT PENUNJUKAN**

Nomor : 0971/In.11/F.IV/PP.00.9/08/2020

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri ( IAIN ) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Dr. Asnaini, MA  
NIP. : 197304121998032003  
Tugas : Pembimbing I

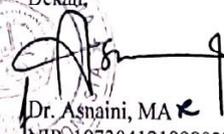
2. N A M A : Khairiah elWardah, M.Ag  
NIP. : 197808072005012008  
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

N A M A : Abdul Aziz  
NIM. : 1611130157  
JURUSAN : EKONOMI ISLAM  
Judul Skripsi : MEKANISME PENETAPAN HARGA JUAL PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI PADA TOKO ALAT TULIS ALISA PANORAMA KOTA BENGKULU).

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu  
Pada Tanggal : 28 Agustus 2020  
Dekan,

  
Dr. Asnaini, MA  
NIP. 197304121998032003

Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: [www.iainbengkulu.ac.id](http://www.iainbengkulu.ac.id)

Nomor : 1258/In.11/F.IV/PP.00.9/10/2020 Bengkulu, 12 Oktober 2020  
Lampiran : -  
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian.**

Kepada Yth.  
Pimpinan Toko Grosir Alat Tulis Alisa  
di-  
Bengkulu

*Assalamu'alaikumWr.Wb*

Sehubungan dengan penyelesaian Studi Sarjana S.1 pada Program Studi  
Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun  
Akademik 2020/2021 atas nama :

Nama : Abdul Aziz

NIM : 1611130157

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi  
data penulisan skripsi yang berjudul : Mekanisme Penetapan Harga Jual  
Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Toko Alat Tulis Alisa Panorama  
Kota Bengkulu).

Tempat Penelitian : Toko Grosir Alat Tulis Alisa Bengkulu.

Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Mengetahui  
An. Dekan  
Wakil Dekan I  
  
Dr. Nurul Hak, MA  
NIP. 196606161995031002





KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (076) 51276,51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Abdul Aziz Program Studi : Ekonomi Syariah  
NIM : 1611130157 Pembimbing I: Dr. Asnaini, MA  
Judul Skripsi : Mekanisme Penetapan Harga Jual Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada toko Alat Tulis Alisa Panorama Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran pembimbing	Paraf
1.	Kamis, 30-09-2020	1. Bab 1-3 2. Pedoman wawancara	1. Ambil data dan perhatikan sumber data yg diambil harus representative 2. ACC, Silahkan lanjutkan penelitian	A
2.	Kamis, 10-12-2020	1. BAB 1  2. BAB II	1. Tulis Kutipan Sesuai Buku Pedoman 2. Perbaiki Rumusan Masalah 3. Perbaiki Tujuan Penelitian 4. Perbaiki Kegunaan Penelitian 5. Ringkas Penelitian Terdahulu 6. Tulis Apa Yang Dilakukan Selama Penelitian 7. Jelaskan Jenis & Alasan Penelitian Dengan Benar 8. Buat Rincian Penelitian 9. Perbaiki Subjek Penelitian 10. Perbaiki Teknik Pengumpulan Data 11. Perbaiki Teknik Analisis Data  1. Tambahkan Teori Mekanime 2. Tulis Kutipan Sesuai Buku Pedoman	A

		3. BAB III 4. BAB IV  5. BAB V  6. Daftar Pustaka	1. Tulis Kutipan Sesuai Buku Pedoman  1. Susun Lagi 2. Tambahkan Sumber Wawancara 3. Perjelas Mana Yang Hasil 4. Perbaiki Penulisan Tabel  1. Jangan Mengulang Kata Tidak Perlu 2. Perbaiki Kesimpulan Sesuaikan Dengan Rumusan Masalah  1. Atur Lagi Sesuai Pedoman 2. Perbaiki Spasi	A
3.	Jumat, 18-12-2020	1. Bab I-V ada yang belum sinkron	1. Sinkronkan judul dengan rumusan masalah, tujuan, teori, hasil 2. kesimpulan tidak ada mekanisme, sinkronkan	A
4.	Selasa, 12-01-2021	1. Bab I-V	1. Abstrak & Kata pengantar judul diperbaiki 2. Perbaiki margin 3. ACC Diujikan	A

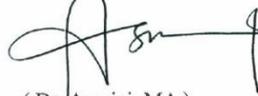
Bengkulu, 14 Januari 2021 M/ 1442 H

Mengetahui

Koordinator Jurusan Ekonomi Syariah

  
(Dr. Ismaili, MA.)  
NIP. 97412022006042001

Pembimbing I

  
(Dr. Asnaini, MA.)  
NIP. 197304121998032003



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (076) 51276,51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Abdul Aziz Program Studi : Ekonomi Syariah  
NIM : 1611130157 Pembimbing II: Khairiah elWardah, M.Ag  
Judul Skripsi : Mekanisme Penetapan Harga Jual Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada toko Alat Tulis Alisa Panorama Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran pembimbing	Paraf
1.	Kamis, 30-07-2020	1. Bab 1-3 2. Tulisan Arab 3. Latar Belakang	1. Perbaiki sistematika Penulisan 2. Perbaiki tulisan arab 3. Jangan menggunakan kata (kita)	
2.	Rabu, 18-08-2020	1. Judul 2. Kata aktif 3. Kerangka pemikiran	1. Ganti judul ke etika bisnis Islam 2. Gunakan kata aktif diawal kalimat 3. Pastikan kerangka pemikiran di bab 2-3	
3.	Senin, 24-08-2020	1. Kata asing 2. Penomoran 3. Footenote	1. Cetak miring 2. Ikuti pedoman 3. Perbaiki lihat pedoman	
4.	Jumat, 28-08-2020	1. Teori 2. Penggunaan kata -Di 3. Perhatikan spasi paragraf	1. Buang teori tidak perlu 2. Perbaiki penggunaan kata -Di 3. Ikuti pedoman	
5.	Senin, 21-09-2020	1. Bab 1-3	1. ACC lanjut buat pedoman wawancara	
6.	Jumat, 25-09-2020	1. Pedoman wawancara	1. ACC lanjutkan penelitian	
7.	Jumat, 16-10-2020	1. Bab IV-V 2. Penelitian	1. Perbaiki penulisan 2. Perdalam penelitian, lakukan wawancara lebih mendalam	

8.	Selasa, 10-11-2020	1. Bab IV-V	1. Rumusan masalah ke 2 masih kurang hubungkan ke etika bisnis Islam	
9.	Rabu, 18-11-2020	1. footnote 2. Tulisan Arab 3. Kesimpulan 4. Abstrak	1. Perbaiki catatan kaki 2. Rapikan tulisan Arab 3. Perbaiki kesimpulan 4. Silahkan buat Abstrak	
10	Selasa, 24-11-2020	1. Bab I-V	1. Lantukan ke pembimbing 1	

Bengkulu, 24 November 2020 M/ 1442 H

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah  
  
 (Khairiah elWardah, M.A.)  
 NIP. 19741222006042001

Pembimbing

  
 (Khairiah elWardah, M.Ag)  
 NIP. 197808072005012008

## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Pendris

Jabatan : Pimpinan dan pemilik toko Alisa

Alamat : Jl. Semangka No 61 Kelurahan Panorama Kecamatan Gading  
Cempaka Kota Bengkulu

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Abdul Aziz

Nim : 1611130157

Fakultas/prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Universitas : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu

Telah selesai melakukan penelitian di toko Alisa Jl. Semangka No 61 Kelurahan Panorama Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu selama satu bulan terhitung mulai tanggal 30 September 2020 s/d 30 Oktober 2020 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“Mekanisme Penetapan Harga Jual Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Toko Alat Tulis Alisa Panorama Kota Bengkulu)”**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya

Bengkulu, 3 November 2020

Pimpinan toko Alisa

TOKO BUKU  
**“ALISA”**  
Jl. Semangka No. 61 Panorama  
Pendris

Foto Selama observasi dan Penelitian





