

**STRATEGI PENENTUAN KUALITAS DAN HARGA LADA DI
DESA TEBAT LAUT KECAMATAN SEBERANG MUSI
KABUPATEN KEPAHANG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

OLEH :

Rachmad Rizki Desran Irawan

Nim : 1516130132

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Rachmad Rizki Desran Irawan, NIM 1516130132 dengan judul "Strategi Penentuan Kualitas Dan Harga Lada Di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang", Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, Agustus 2020 M

Muharram 1442 H

Pembimbing I

Pembimbing II

(Dr. Asnaini M.A)

(Yunida Een Friyanti, M.Si)

NIP: 197304121998032003

NIP: 198106122015032003





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

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Tlp. (0736) 51276 Fax (0736) 51771-Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Strategi Penentuan Kualitas Dan Harga Lada**

Di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang”

(Studi Pada Pengusahaan Industri Kecil Menengah dikota Manna Bengkulu

Selatan, Bengkulu), oleh Rachmad Rizki Desran Irawan : 1516130132- Program

Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan

didepan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Bengkulu (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 29 Januari 2021 M/ 15 Jumadil Akhir 1442 H

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

Bengkulu, 10 Februari 2021M
27 Jumadil Akhir 1442 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Dra. Fatimah Yunus, MA
Nip. 1963001920032003

Penguji I

Dra. Fatimah Yunus, MA
Nip. 1963001920032003

Sekretaris

Debby Arisandi MBA
Nip. 198609192019032012

Penguji II

Yenti Sumarni, SE, MM
Nip. 197904162007012020

Mengetahui

Dekan

Dr. Asnaini, MA
Nip. 193304121998032003

MOTTO

“Tebarkanlah pesona keindahan dan kebaikan dimanapun berada dan jadikan diri ini bermanfaat kepada sesama”.

“sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi manusia”

(HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruquthni. No:3289)

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi penentuan kualitas dan harga lada di desa tebat laut kecamatan seberang musu kabupaten kepahiang”. Seiring do’a dan hati yang tulus kupersembahkan karya sederhana ini yang telah kuraih dengan suka, duka, dan air mata serta rasa terima kasih yang setulus- tulusnya untuk orang-orang yang kusayangi dan kucintai serta orang- orang yang telah mengiringi keberhasilanku:

- 1. Sujud syukur kupersembahkan kepada Allah SWT yang Maha agung, Maha Tinggi dan Maha penyayang atas takdirmu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, dan bersabar dalam menjalani proses kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku. Serta Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasullullah Muhammad SAW*
- 2. Kedua orang tuaku : Ayahanda (Bambang Erawan) dan Alm. Ibunda (Neli Herlina) yang selalu memberikan curahan kasih sayang untukku, semangat, motivasi dan yang telah mengajarkanku arti kesabaran serta do’a tulus yang tiada hentinya demi tercapainya keberhasilanku. Semoga rahmat Allah SWT selalu tercurah kepada keduanya.*
- 3. Waliku bunda Novitawati terima kasih telah memberikan dukungan moril dan materil selama aku menempuh pendidikan ini, semoga Allah membalas semua kebaikan.*
- 4. Adikku satu-satunya Jumeisi Herlina yang paling ku sayangi terima kasih telah hadir memberikan semangat untuk kami bangkit dari keterpurukan yang dialami, terima kasih telah memberikan warna-warni kehidupanku.*
- 5. Kakek dan Nenek dari pihak ayah dan dari pihak ibu terima kasih yang telah memberikan nasihat, do’a serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.*
- 6. Keluarga dari ayahanda (Bibi Rodiah, Bibi Rita dan Bakcik dayat) dan Keluarga dari ibunda (Makcik Yen dan Bakcik Yul) terima kasih*

telah memberikan dukungan moril dan materil selama aku menempuh pendidikan ini, semoga Allah membalas semua kebaikan kalian.

7. *Kedua pembimbing skripsiku (Yunida Een Friyanti, M, Si dan Dr. Asnaini, MA) yang telah memberikan waktu, ilmu, perhatian, dan masukan dalam aku menyelesaikan skripsi ini.*
8. *Sahabat-sahabat seperjuangan EKIS B dan semua teman-teman Prodi EKIS maupun PBS Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2015 yang tidak bisa kusebutkan satu persatu terima kasih untuk canda tawa dalam bangku perkuliahan.*
9. *Teman – teman KKN kelompok 107 (Wahyuni, Kartika, Eka, Eza, dll), keluarga Lokasi Baru terima kasih banyak semuanya atas waktu 2 bulan kebersamaannya, semoga kita tidak putus silaturahmi meski nanti sudah tidak berdekatan lagi.*
10. *Seluruh teman – teman yang tidak bisa ku sebutkan satu persatu. Terima kasih atas semua dukungan dan do'a yang kalian berikan untuk ku.*
11. *Untuk keluarga FEBI IAIN Bengkulu dan Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu*

Terimalah ini sebagai bukti kasihku pada kalian yang telah memberikan dorongan, motivasi, semangat, pengorbanan, kesabaran, ketabahan serta doanya dalam setiap jalanku.

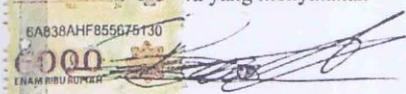
SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul " Strategi Penentuan Kualitas dan Harga Lada Di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang", 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 tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 26 Januari 2021M

13 Jumadal Akhiriah 1442 H

METERAI
TEMPEL
6A838AHF855675130
ENAM RIBU RUPIAH
va yang menyatakan

Ratanmad Rizki Desran Irawan

NIM 1516130132

ABSTRAK

Strategi Penentuan Kualitas dan Harga Lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang

Tujuan penelitian ini untuk mengkaji tiga persoalan yaitu: (1) Strategi penentuan kualitas lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang, (2) Strategi penentuan harga lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang, (3) Perspektif ekonomi Islam tentang strategi penentuan kualitas dan harga lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa wawancara dengan 35 orang petani lada dan 5 orang tengkulak lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang. Teknik analisis data dengan penulis melakukan reduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian terdapat kesimpulan bahwa penentuan kualitas lada yang dilakukan di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang di ukur dari tingkat kekeringan dan kebersihan lada, harga lada ditentukan oleh tengkulak mengikuti harga pasar, dalam prespektif ekonomi Islam metode penetapan kualitas dan harga tengkulak telah memenuhi dua prinsip yaitu kejujuran dan keadilan.

Kata Kunci : Strategi Penentuan Kualitas, Harga lada

ABSTRACT

Strategy for Determining Quality and Price of Pepper in Tebat Laut Village, Seberang Musi District, Kepahiang Regency

The purpose of this study was to examine three problems, namely: (1) The strategy for determining the quality of pepper in Tebat Laut Village, Seberang Musi District, Kepahiang Regency, (2) The strategy for determining the price of pepper in Tebat Laut Village, Seberang Musi District, Kepahiang Regency, (3) Islamic economic perspective on strategy to determine the quality and price of pepper in Tebat Laut Village, Seberang Musi District, Kepahiang Regency. To reveal this problem in depth and thoroughly, researchers used a field research method with a qualitative approach with primary data collection techniques in the form of interviews with 35 pepper farmers and 5 pepper middlemen in Tebat Laut Village, Seberang Musi District, Kepahiang Regency. Data analysis techniques with the author doing data reduction, presenting data and drawing conclusions. Based on the results of the study, there is a conclusion that the determination of the quality of pepper carried out in Tebat Laut Village, Seberang Musi District, Kepahiang Regency is measured from the level of drought and cleanliness of the pepper, the price of pepper is determined by middlemen following the market price, in an Islamic economic perspective the method of determining quality and wholesaler price has met two principles, namely honesty and justice.

Keywords: Quality Determination Strategy, Pepper Price

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Strategi Penentuan Kualitas dan Harga Lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang”*. Shalawat beserta salam kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk kejadian yang baik dunia dan akhirat. Penulis skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syariah Jurusan ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.

Penulis Menyadari sepenuhnya, terselesaikan penyusunan skripsi ini adalah berkat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan terimakasih teriring do'a semoga menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan dari Allah SWT, Kepada:

1. Prof Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, MH, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di kampus di kampus hijau tercinta.
2. Dr. Asnaini, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dan dosen pembimbing I, yang telah ikhlas meluangkan banyak waktu dan memberikan banyak pengarahan terhadap

skripsi ini.

3. Desi Isnaini, MA selaku ketua jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Eka Sri Wahyuni, MM selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Iain Bengkulu Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang selalu memotivasi saya untuk melanjutkan kuliah dengan sungguh-sungguh dan menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Yunida Een Friyanti, M, Si selaku dosen pembimbing II, yang juga telah meluangkan banyak waktu dan pikirannya untuk membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Dosen-dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan banyak ilmu selama penulis kuliah.
7. Orang tua saya, Ayah yang sangat luar biasa yang selalu memberikan pendidikan dengan berbagai tindakan demi masa depan anak yang sangat dikasihinya, dan selalu memberikan dukungan dan materi serta do'a.
8. keluarga besar tercinta dan semua sahabat-sahabat yang memberikan bantuan dan masukan terhadap saya.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan kritik serta saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan

penulisan skripsi ini kedepan.

Akhirnya Kepada Allah SWT penulis memohon semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat ilmu dan berguna bagi penulis dan pembaca kemudian sumbangan untuk penelitian selanjutnya. Terimakasih atas segala bantuan yang tak ternilai harganya, semoga Allah SWT membalas pahala dengan berlipat ganda. Smoga atas segala kebaikan yang kita lakukan menjadi amal shaleh dan di terima di sisi-Nya Amin ya Rabbal'amin.

Bengkulu, 7 Januari 2021 M
22 Jumadil Awal 1442H

Penulis

Rachmad Rizki Desran Irawan

NIM.1516130132

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Penelitian Terdahulu	7
F. Metode Penelitian	12
1. Jenis Penelitian.....	12
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	12
3. Subjek/Informan Penelitian.....	13
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	13
5. Teknik Analisis Data.....	15

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kualitas	18
B. Konsep Harga.....	21
C. Strategi Penentuan Kualitas	37
D. Strategi Penentuan Harga	40
E. Strategi Penentuan Harga Dalam Islam	44

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	49
1. Visi Misi Desa Tebat Laut	49
2. Keadaan Geografis	50
3. Kondisi Masyarakat Desa Tebat Laut	50
B. Keadaan Umum Petani Lada.....	54
1. Sumber Daya Manusia Petani Lada	54
2. Hasil Produksi Lada	54
3. Sampel Petani Lada dan Tengkulak di Desa Tebat Laut	56

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Strategi Penentuan Kualitas Lada di Desa Tebat Laut.....	58
1. Tingkat Warna.....	62
2. Tingkat Kekeringan.....	63
3. Tingkat Kebersihan.....	64
B. Strategi Penentuan Harga Lada di Desa Tebat Laut	65
1. Kualitas	66
2. Jarak dan lokasi.....	67
3. Kepercayaan.....	68
C. Strategi Penentuan Harga Pada Komuditi Lada Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang	69

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.: Sampel petani lada	55
Tabel 1.2.: Sampel tengkulak lada	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Hadir Mengikuti Seminar Proposal

Lampiran 2 : Halaman Pengesahan Proposal

Lampiran 3 : Surat Penunjukan Pembimbing

Lampiran 4 : Pedoman Wawancara

Lampiran 5 : Halaman Pengesahan Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 6 : Surat Izin Penelitian

Lampiran 7 : Lembar Bimbingan Skripsi

Lampiran 8 : Documentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertanian merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, dengan lebih dari 75% pendapat masyarakat dibelanjakan untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, dan perumahan. Sektor pertanian merupakan sumber penghidupan berjuta-juta rakyat Indonesia sebagai mata pencaharian pokok atau sumber pendapatan, penyedia bahan makanan dan penyedia bahan baku industri. Salah satu subsektor di sektor pertanian adalah subsektor perkebunan. Sub-sektor ini memberikan sumbangan yang cukup besar bagi perekonomian nasional dan menjadi makin penting, mengingat makin terbatasnya peranan minyak bumi yang selama ini merupakan sumber utama bagi Indonesia.¹

Sub-sektor perkebunan, khususnya komoditas lada merupakan salah satu komoditas ekspor yang mempunyai potensi untuk dikembangkan dan dapat memberikan kontribusi bagi devisa Indonesia. *International Pepper Community* (1996) menyebutkan bahwa, Indonesia pada tahun 1995 termasuk dalam lima besar negara pengekspor lada dunia. Pada saat itu Indonesia mampu menduduki peringkat pertama pengekspor lada dunia. Prestasi Indonesia sebagai negara pengekspor lada dunia pada saat itu

¹ Wawan Setiawan Raimon, La Harudu, *Deskripsi Pendapatan Masyarakat Petani Merica Di Kelurahan Hopa-Hopa Kecamatan Wawotobi Kabupaten Konaw*, Jurnal Penelitian Pendidikan Geografi, Vol. 4, No. 2, (April 2019),h.39.

cukup membanggakan, namun saat ini Indonesia mengalami penurunan produksi lada, dan mengakibatkan juga ekspor lada Indonesia mengalami penurunan.²

Dalam ekonomi penentuan harga menjadi sesuatu yang sangat penting, karena harga menentukan nilai pendapatan yang diterima. Harga harus ditentukan dengan benar dalam arti kata tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah, karena keuntungan yang di dapatkan ditentukan oleh harga awal, harga yang baik dapat memberikan keuntungan yang maksimal. Penetapan harga yang dilakukan penjual akan mempengaruhi pendapatan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran. Penentuan harga jual produk mempunyai fungsi ganda. Fungsi pertama adalah sarana untuk memenangkan persaingan di pasar. Fungsi kedua adalah sumber keuntungan.³

Jual beli dalam Islam sangat menekankan pada keadilan dan kejelasan, selain harga yang harus adil dalam penentuan harga baik untuk penjual maupun pembeli, kualitas barang juga harus jelas, saat penentuan kualitas dan harga yang kurang jelas ditakutkan menjadi hal riba yang dalam ekonomi Islam adalah hal yang dilarang. Meskipun transaksi antar pembeli dan petani menggunakan konsep suka sama suka namun dengan adanya penentuan kualitas yang tidak jelas dapat merugikan salah satu pihak. Konsep harga

² Saut M Togatorop dkk., *Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Petani Lada Di Kecamatan Gunung Labuhan Kabupaten Way Kanan*, jurnal Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Vol. 2, No. 3, (juni 2014), h.268.

³ Wawan Setiawan Raimon, La Harudu, *Deskripsi Pendapatan Masyarakat Petani*

menurut Ibnu Taimiyah, harga yang adil pada hakikatnya telah ada digunakan sejak awal kehadiran agama Islam Al-Quran sendiri sangat menekankan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Oleh karena itu adalah hal yang wajar jika keahlian juga diwujudkan dalam aktivitas pasar khususnya harga, dengan ini Rasulullah menggolongkan riba sebagai penjualan yang terlalu mahal yang melebihi kepercayaan konsumen.

Provinsi Bengkulu merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang berkontribusi menjadikan Indonesia sebagai negara produsen utama lada dunia. Salah satu Kabupaten di Provinsi Bengkulu yang menjadikan lada sebagai komoditas perkebunan andalan adalah Kabupaten Kepahiang. Produksi lada di Kabupaten Kepahiang yang dapat bersaing dengan produksi di kabupaten lainnya di Provinsi Bengkulu, tentunya ditunjang dengan luas areal perkebunan lada yang cukup besar. Kecamatan Seberang Musi merupakan salah satu kecamatan penghasil lada terbesar di Kabupaten kepahiang.⁴ Kecamatan Seberang Musi memiliki potensi yang besar untuk menjadi penghasil lada terbesar di Kabupaten Kepahiang, hal ini bukan tanpa alasan karena perkebunan lada sudah menjadi salah satu usaha yang sudah turun temurun. Tepatnya di daerah Desa Tebat Laut, Desa Tebat Laut memiliki wilayah yang cukup luas karena meliputi daerah perbukitan yang sudah mejadi kebun lada milik warga sejak lama. Namun luas areal perkebunan

⁴Katalog BPS: 1102001.1708030,*Kecamatan Seberang Musi Dalam Angka 2020*,Badan Pusat Statistik Kecamatan Seberang Musi

lada di Desa Tebat Laut yang cukup besar tidak diikuti dengan produksi lada yang maksimal di daerah tersebut.

Harga lada selama ini memang ditentukan oleh harga lada dunia. Ketika pasaran harga lada di dunia turun harga ditingkat petani juga akan turun. Hal ini mempengaruhi petani merica diseluruh indonesia.⁵ Namun infrastruktur juga sangat mempengaruhi dalam penetapan harga lada terutama harga lada di kalangan petani dan tengkulak. Masalah Infrastruktur yang kurang memadai seperti jalan yang rusak dan berlubang juga menimbulkan masalah lain, hal ini menyebabkan harga lada di Desa Tebat Laut sedikit lebih murah di bandingkan harga pasar. Pada tahun 2015 harga lada di kalangan petani daerah Lampung mencapai harga Rp.120.000 namun harga lada di petani Desa Tebat Laut hanya mencapai Rp.100.000, pada tahun 2016 mengalami penurunan hingga Rp.50.000 dan terus mengalami penurunan hingga tahun 2020 hanya Rp.28.000. Selain penentuan harga penentuan kualitas lada di Desa Tebat Laut juga masih sangat tradisional, yaitu dengan di genggam atau di rasakan menggunakan tangan. Hal ini membuat kualitas lada di Desa Tebat Laut kurang memiliki standar yang kurang jelas. Saat standar kualitas yang tidak jelas dapat menimbulkan harga yang tidak adil.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti dengan mewawancarai bapak Bambang bahwa penentuan harga lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang ditentukan oleh tengkulak, namun harga lada tidak selalu sama karena dipengaruhi oleh

⁵ Saut M Togatorop dkk., *Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Petani Lada Di Kecamatan Gunung Labuhan Kabupaten Way Kanan*, jurnal Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Vol. 2, No. 3,(juni 2014),h.267.

berbagai faktor seperti kualitas lada. dalam menentukan harga lada seharusnya tengkulak harus transparan, jujur dan adil dalam penentuan harga lada, sehingga petani lada tidak merasa terzolimi karena perbedaan harga yang di tetapkan. Kesalahan dalam penentuan harga dapat menimbulkan berbagai konflik dan konsekuensi yang dampaknya berkepanjangan. Tindakan penentuan harga yang melanggar konsep ekonomi Islam dapat menyebabkan para pembeli (tengkulak) tidak disukai oleh para petani lada, para petani dapat menjauhi para tengkulak tersebut bahkan para petani dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik tengkulak. Penentuan harga yang dilakukan tengkulak bukan hanya karena kulaitas lada yang berbeda saja namun juga karena factor lain, misalnya karena adanya hutang antara pentani dan tengkulak, lamanya waktu berlangganan antara tengkulak dan petani lada.

Berdasarkan uraian diatas, penulis bermaksud mengkaji secara mendalam mengenai “STRATEGI PENENTUAN KUALITAS DAN HARGA LADA DI DESA TEBAT LAUT KECAMATAN SEBERANG MUSI KABUPATEN KEPAHANG”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka penulis merumuskan permasalahannya pada:

1. Bagaimana strategi penentuan kualitas lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang?
2. Bagaimana strategi penentuan harga lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang?

3. Bagaimana perspektif ekonomi Islam tentang strategi penentuan kualitas dan harga lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi penentuan kualitas lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang.
2. Mengetahui strategi penentuan harga lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang.
3. Mengetahui perspektif ekonomi Islam tentang strategi penentuan kualitas dan harga lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi kabupaten Kepahiang.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan diatas, maka manfaat penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhubungan dengan topik Strategi Penentuan Kualitas dan Harga dalam upaya meningkatkan keadilan dalam praktek jual beli. Menjadi referensi atau rujukan bagi peneliti lain yang sejenis dimasa yang akan datang dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

2. Secara Praktis

- a. Memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti

- b. Sebagai sumbangsih pemikiran dalam keilmuan dan perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang strategi penetapan kualitas dan harga.

E. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal internasional karya NurHazirah MdLudin, ShriDewi Applanaidu dan Hussin Abdullah Yang berjudul “*An Econometric Analysis of Natural Rubber Market In Malaysia*” yang menyimpulkan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi persamaan karet alam. Produksi tergantung pada tren waktu, karet alam hektar dan karet alam produksi dengan tertinggal 1 tahun. Karena itu, penting untuk produsen untuk bekerja di lahan tidur. Ini akan menambah produksi karet yang bisa disadap. Insentif pemerintah juga harus disediakan sebagai upaya untuk membantu petani kecil.

Harga dunia dan stok domestik adalah dua variabel yang signifikan dalam persamaan harga domestik. Ketika harga dunia meningkat, harga domestik akan ikut meningkat. Ini akan menguntungkan petani kecil. Namun, penting untuk ditingkatkan produktivitas karet alam sebagai salah satu penunjang untuk memastikan daya saing karet alam di pasar. Akhirnya, harga dunia dengan lagged dan harga minyak mentah adalah indikator penting dalam persamaan harga dunia.⁶

⁶ NurHazirah MdLudin dkk, *An Econometric Analysis of Natural Rubber Market In Malaysia*, Department of Economics and Agribusiness, School of Economics, Finance & Banking, College of Business, Universiti Utara Malaysia (UUM). Vol. 2 No. 8 (juni 2016), h. 36.

Persamaan jurnal diatas dengan skripsi penulis yaitu membahas penentuan kualitas dan harga produk sektor perkebunan yang secara kebetulan juga di pengaruhi oleh harga internasional produk terseut.

Perbedaan jurnal di atas dengan skripsi penulis yaitu jenis produk yang di bahas, jurnal di atas membahas permasalahan produk karet sedangkan skripsi penulis membahas produk ladah atau merica.

2. Karya Ilmiah dari Asumsi pada tahun 2014, junal magister pasca sarjana Universitas Islam Indonesia, yang berjudul “*Penentuan Harga Dalam Islam: Perspektif Fikih Dan Ekonomi*”. Dalam tulisannya menjelaskan bahwa:

- a. Dalam rangka melindungi hak pembeli dan penjual, islam memperbolehkan bahkan wajib melakukan intervensi harga
- b. Jika harga tidak ditetapkan, ketika penjual menjual dengan harga tinggi sehingga merugikan pembeli. Intervensi harga mencegah terjadinya *ikhtikar* atau *ghabanfaa-hisy*.⁷

Persamaan karya ilmiah di atas dengan skripsi penulis adalah membahas penentuan harga yang baik dalam ajaran islam agar dapat memberikan keadilan dalam berniaga baik bagi penjual maupun pembeli.

Perbedaan karya ilmiah di atas dengan skripsi penulis adalah tujuan penulisan. Karya ilmiah asumsi diatas bertujuan memberi tahu penentuan harga yang baik dari perspektif ekonomi Islam. Sedangkan

⁷Asumsi, *Penentuan Harga Dalam Islam: Perspektif Fikih Dan Ekonomi*, junal magister pasca sarjana Universitas Islam Indonesia. Vol.6, No.2, Juli 2014

skripsi penulis bertujuan melihat yang terjadi di lapangan dari perspektif ekonomi islam.

3. Skripsi Bayu Cahyono, Program Studi Manajemen Pemasaran Diploma 3 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, "*Analisis Strategi Penetapan Harga Pada Taman Pintar Yogyakarta*". Dalam tulisannya menjelaskan bahwa Yogyakarta dikenal sebagai kota budaya dan kota tujuan pariwisata baik domestik maupun manca. Perkembangan dunia pariwisata di Indonesia mengalami pasang surut tidak terkecuali pariwisata yang ada di kota Yogyakarta. Di Yogyakarta sendiri banyak terdapat obyek pariwisata yang menjadi tempat tujuan para wisatawan, salah satunya adalah obyek wisata Taman Pintar. Keunggulan yang dimiliki Taman Pintar Yogyakarta di banding dengan obyek wisata lain yang ada di Yogyakarta adalah bahwa obyek wisata Taman Pintar selain sebagai tempat wisata atau hiburan, juga merupakan tempat belajar dan bermain sekaligus menambah wawasan karena disana banyak terdapat berbagai macam wahana yang disediakan seperti *sea word*, proyektor gempa, taman air, bioskop empat dimensi, tempat bermain puzzle dan yang lain. Keunggulan lain dari obyek wisata Taman Pintar adalah letaknya yang strategis karena berada di tengah kota Yogyakarta yaitu di dekat kawasan Malioboro. Taman Pintar Yogyakarta yang terletak di kawasan kilometer nol dan berjarak 400 meter dari Gedung Negara Yogyakarta yang telah diresmikan pada Desember 2008 oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono.

Walikota Yogyakarta, Herry Zudianto, mengatakan bahwa kepala negara menyambut baik selesainya pembangunan sarana itu yang telah dimulai sejak 2003 dan 2 telah beroperasi. Taman Pintar memiliki luas 1,2 hektar dengan biaya pembangunan Rp70 miliar sejak 2003. Taman Pintar dilengkapi sejumlah fasilitas yang mendorong minat terhadap ilmu pengetahuan anak-anak yang memang menjadi target utama keberadaan fasilitas tersebut. Taman Pintar berusaha meniru science park lainnya yang berada di luar negeri, namun di Taman Pintar juga diterapkan metode Ki Hajar Dewantara yaitu melatih anak untuk memahami, mengerti dan mengembangkan.⁸

Persamaan skripsi yang ditulis oleh Bayu Cahyono di atas dengan skripsi penulis adalah membahas penentuan harga pada suatu produk.

Perbedaan skripsi yang ditulis oleh Bayu Cahyono dengan skripsi penulis adalah jenis produk yang diteliti, skripsi Bayu Cahyono meneliti produk jasa sedangkan skripsi penulis meneliti produk benda.

4. Skripsi Iman Romansyah, *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung 1437 H / 2016*. “*Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”. Dalam tulisannya menjelaskan bahwa Dalam penetapan harga, manajer harus mengukur potensi dampak sebelum menetapkan harga akhir, untuk tujuan ini, maka ada dua alat utama (yang sering dibandingkan):

⁸Bayu Cahyono A.Md.Akun, *Analisis Strategi Penetapan Harga Pada Taman Pintar Yogyakarta*, (Yogyakarta: 2014). h. 01.

a. Penetapan Harga Berorientasi Biaya:

Para manager menghitung biaya untuk menyediakan bagi pembelanja (sewa, upah dan biaya produksi). Ketika mereka menjumlahkan biaya-biaya dan menambahkan angka untuk meraih laba, dan menghasilkan markup.

b. Analisis titik impas:

Para manager menaksir biaya total versus pendapatan untuk berbagai volume penjualan. Analisis ini menunjukkan pada harga jual tertentu, kemungkinan hasil keuangan jumlah rugi atau laba untuk setiap volume penjualan. Jumlah unit yang harus dijual yang dapat menghasilkan pendapatan total yang sama dengan total biaya yang dikeluarkan disebut titik impas, yang tidak menghasilkan laba. Penetapan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi. Melalui biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, kondisi perekonomian secara umum, elastisitas harga produk dan sebagainya.⁹ Karena itu, penentuan harga jual produk haruslah merupakan kebijakan yang harus benar-benar dipertimbangkan secara matang dan terintegrasi. Kebijakan harga yang dipilih perusahaan akan berpengaruh secara langsung terhadap berhasil/tidaknya perusahaan mencapai tujuannya.

⁹ Iman Romansyah S.E, *Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume*

Persamaan skripsi yang ditulis oleh Iman Romansyah dan skripsi penulis yaitu sama-sama membahas tentang penentuan harga yang baik.

Sedangkan perbedaannya terletak pada metodenya, skripsi Iman Romansyah menggunakan teknik analisis titik impas karena penulisanya meneliti dalam suatu lembaga perusahaan, sedangkan skripsi penulis lebih kepenentuan harga saat transaksi antara penjual (petani) dan pembeli (tengkulak).

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Yaitu metode yang dilakukan untuk menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya dan cenderung menggunakan analisis.¹⁰ Penelitian ini menggambarkan hasil penelitian yang ditemukan di lapangan secara umum, dan memberikan kesimpulan secara khusus dalam menjawab permasalahan penelitian pada rumusan masalah.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian mulai dari tanggal 5 Agustus 2020 sampai 10 Agustus 2020. Penelitian di lakukan di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang dan di lakukan pada Tengkulak dan

¹⁰ Soejono dan Abdurrahman, *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2005), h. 21

Petani Lada. Alasan penulis memilih lokasi ini karena penulis menjumpai penetapan harga yang kurang transparan dari para tengkulak.

3. Subjek/Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini sebanyak 40 orang. Teknik yang di gunakan adalah teknik *purposive sampling* merupakan salah satu teknik pengambilan sampel secara sengaja atau spesifik maksudnya peneliti menentukan sendiri sampel karena ada pertimbangan tertentu.¹¹ Yaitu pertimbangan dalam memilih informan dalam kasus ini para tengkulak dan petani lada di Desa Tebat Laut. Hal ini agar peneliti dapat melakukan penelitian mengenai strategi penentuan kualitas dan harga lada di Desa Tebat Laut.

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1) Sumber data

a) Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara langsung pada objek sebagai informasi yang dicari.¹² Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu tengkulak dan petani lada.

b) Data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari melalui pengumpulan atau pengolahan data yang bersifat studi dokumentasi berupa referensi-referensi yang memiliki relevansi

¹¹ Nasution, *Metode Research (penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2004), h. 98

¹² Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 42

dengan fokus permasalahan penelitian.¹³ Jadi, data sekunder yang dimaksud bersumber dari bahan-bahan kepustakaan yang bersangkutan dengan masalah penelitian, seperti; buku-buku referensi, internet, jurnal, majalah, dokumen-dokumen desa.

2) Teknik pengumpulan data

a) Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan objek penelitian yang dapat dilakukan secara relevan¹⁴. Observasi dilakukan dengan mendatangi objek penelitian.

b) Wawancara

Pada penelitian ini wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara. Dengan demikian wawancara dilakukan dengan dua bentuk, yaitu wawancara berstruktur dan wawancara tak berstruktur. Dalam wawancara berstruktur, pertanyaan dan alternative jawaban yang di berikan kepada subjek telah di tetapkan terlebih dahulu oleh pewawancara, sehingga jawaban mudah di kelompokkan dan proses review lebih terarah dan sistematis. Sedangkan wawancara tak berstruktur lebih bersifat informal.¹⁵ (dilakukan apabila ada jawaban berkembang di luar pertanyaan-pertanyaan terstruktur namun tidak lepas dari

¹³ Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial* (Kuantitatif dan Kualitatif), (Jakarta: Gaung Persada Press, 2010), h. 77

¹⁴ Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Bekasi, Gramata Publishing, 2013), h. 93

¹⁵ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2016) h. 73

permasalahan penelitian). Wawancara dilakukan secara intensif dan mendalam terhadap para informan.

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan untuk merekam dan menyimpan berbagai data yang penting dari hasil kegiatan penelitian yang dilakukan penulis untuk mendapatkan gambar dan foto saat penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisa data dilakukan secara deskriptif kualitatif. Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga mudah di pahami dan tentunya dapat di informasikan kepada orang lain. Teknik analisa data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu model interaktif.

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai dalam pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah menganalisis terhadap jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis belum merasa memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Faisal mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif

di lakukan selama pengumpulan data di lapangan dan setelah semua data di terkumpul dengan teknik analisis model interaktif.¹⁶

Dalam penelitian kualitatif Menurut Huberman, teknik analisa data secara sederhana dapat dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

a) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data yaitu meringkas, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu, dengan demikian data-data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Jadi reduksi data ini merupakan suatu penyederhanaan data yang telah terkumpul agar lebih mudah.

b) *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan bahwa "*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*".

Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian adalah dengan teks yang bersifat naratif. Jadi dengan

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif)*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 334

menggunakan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah diperlukan tersebut.¹⁷

c) *Conclusion Drawin/Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Kesimpulan awal yang diperlukan/kemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang diperlukan/kemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang di kemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Peneliti menyimpulkan data dengan kalimat yang sistematis, singkat dan jelas, yakni dari pengumpulan dan penyajian data yang telah dilakukan maka peneliti memaparkan dan menegaskan dalam bentuk kesimpulan.¹⁸

¹⁷ Pawito, *Penelitian Komunikasi*, (Yogyakarta: Pelangi Perkasa, 2007), h.104

¹⁸ Pawito, *Penelitian Komunikasi*, (Yogyakarta: Pelangi Perkasa, 2007), h.106

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kualitas

1. Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah sehingga kualitas produk juga harus berubah atau disesuaikan. Dengan perubahan kualitas produk tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.¹⁹

Menurut Kotler dalam Muhtosim mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau

¹⁹ Methiana Indahsari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press,2019) h.54

yang tersirat. Suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi atau harapan konsumen akan nilai produk tersebut.²⁰

2. Indikator kualitas

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Untuk menentukan kualitas produk, menurut Kotler kualitas produk dapat dimasukkan ke dalam 9 dimensi,²¹ yaitu:

- a. Bentuk (*Form*) produk dapat dibedakan secara jelas dengan yang lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.
- b. Ciri-ciri produk (*Features*) karakteristik sekunder atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya. Ciri-ciri produk (*Features*) karakteristik sekunder
- c. Kinerja (*Performance*) berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
- d. ketepatan/kesesuaian (*Conformance*) berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan

²⁰ Methiana Indahsari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press,2019) h.55

²¹ Rosnaini Daga, *citra,kualitas produk dan kepuasan pelanggan*, (makasar: Gobal Research and Consulting Institute, 2017)h.43

sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.

- e. Ketahanan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.
- f. Keandalan (*Reliability*) berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali.²²

3. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang global. Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.²³

²² Rosnaini Daga, *citra, kualitas produk dan kepuasan pelanggan*, (makasar: Gopal Research and Consulting Institute, 2017)h.43

²³ Darmadi Duriyanto, *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*, (Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama, 2004),h. 38

Produk merupakan objek yang berwujud, maupun yang tidak berwujud yang dapat dibeli orang. Pengertian kualitas produk menurut Kotler and Armstrong adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, kehandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.²⁴

B. Konsep Harga

1. Pengertian Harga

Pengertian harga banyak dihubung-hubungkan dengan beberapa hal, tetapi semua berawal dari hal-hal yang sederhana yang tidak dipahami oleh masyarakat. Maksudnya bahwa banyak yang belum memahami makna harga, walaupun konsepnya cukup mudah didefinisikan dengan istilah umum. Beberapa konsep yang salung berkaitan dalam teori ekonomi yaitu: harga (*price*) dan nilai (*utility*). Nilai adalah ukuran kuantitatif bobot sebuah produk yang dapat ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan manfaat atribut sebuah barang yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan keinginan.²⁵ Berdasarkan dari uraian-

²⁴ Darmadi Duriyanto, *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*, (Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama, 2004),h. 42

²⁵ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2002), h.268

uraian tersebut dapat diketahui definisi harga menurut pendapat para ahli mengenai harga, yaitu sebagai berikut :²⁶

Menurut Micheal J. Etzal, harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar. Di dalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan kegunaan adalah atribut dari sebuah item yang memberikan tingkat kepuasan tertentu pada konsumen. Menurut Indriyo Gitusudarmo, harga itu sebenarnya nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu. Jadi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa. Menurut Kotler, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Di dalam perusahaan kecil, harga sering kali ditetapkan oleh manajemen puncak. Berdasarkan hasil uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa harga adalah jumlah uang yang diterima oleh penjual dari hasil penjualan suatu produk barang atau jasa. Yaitu penjualan yang terjadi pada perusahaan atau tempat usaha atau bisnis, harga tersebut tidak selalu merupakan harga yang diinginkan oleh penjual produk barang atau

²⁶ Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis*, CAPS (Center for Academic Publishing Service), (Jakarta, 2013), h.179-180

jasa tersebut, tetapi merupakan harga yang benar-benar terjadi sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli.²⁷

a. Jenis-jenis Harga

Banyak istilah dalam penyebutan harga produk yang ditawarkan produsen kepada konsumen. Seringkali kita temukan harga dengan satuan desimal tertentu atau memakai selisih yang relatif sangat kecil, dan masih banyak cara menetapkan harga sebuah produk. Berikut ini jenis-jenis harga yang dikenal pada suatu produk :²⁸

1. Harga daftar (*list price*)

Harga daftar adalah harga yang diberitahukan atau dipublikasikan, dari harga ini biasanya pembeli dapat memperoleh potongan harga.

2. Harga netto (*net price*)

Harga netto adalah harga yang harus dibayar, biasanya merupakan harga daftar dikurangi potongan dan kemurahan.

3. Harga zona (*zone price*)

Harga titik dasar adalah harga yang sama untuk daerah *zone* atau daerah geografis tertentu.

4. Harga titik dasar (*basing point price*)

Harga titik dasar adalah harga yang didasarkan atas titik lokasi atau titik basis tertentu. Jika digunakan hanya satu titik basis

²⁷ Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis*, CAPS (Center for Academic Publishing Service), (Jakarta, 2013), h.180

²⁸ Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Indonesia, (Pt. Prenhlindo, Jakarta,2002), h.478

disebut *single basing point system*, dan disebut *multiple basing point system* apabila digunakan lebih dari satu titik basis. Harga stempel pos (*postage stamp delivered price*) Harga stempel pos adalah harga yang sama untuk semua daerah pasarnya, disebut juga harga *uniform*.²⁹

5. Harga pabrik (*factory price*)

Dalam hal ini pembeli membayar di pabrik atau tempat pembuatan, sedangkan angkutan ditanggung oleh pembeli. Dapat juga pihak penjual yang menyerahkan sampai atas alat angkutan yang disediakan pembeli.

6. Harga F.A.S (*free alongside price*)

Harga F.A.S adalah untuk barang yang dikirim lewat laut. Biaya angkutan ditanggung oleh penjual sampai kapal merapat di pelabuhan tujuan. Pembongkaran ditanggung oleh pembeli.

7. Harga C.I.F (*cost, insurance and freight*)

Harga C.I.F adalah harga yang diekspor sudah termasuk biaya asuransi, biaya pengiriman barang dan lain-lain sampai diserahkan barang itu kepada pembeli di pelabuhan yang dituju.

8. Harga gasal (*odd price*)

Harga gasal adalah harga yang angkanya tidak bulat atau mendekati bulat, misalnya Rp. 9.999,- atau Rp. 1.999.900,- cara ini bermaksud mempengaruhi pandangan pembeli supaya kelihatan

²⁹ Suhardi sigit, *Manajemen Pemasaran*, UST, (Yogyakarta,2000), h.185-186

murah, meskipun hanya sedikit perbedaannya, tapi dapat merangsang pembelian konsumen.

b. Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. Jadi menurut perusahaan penetapan harga jual merupakan hal yang sangat penting, karena penetapan harga jual adalah suatu keputusan atau strategi perusahaan dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Adapun definisi menurut para ahli mengenai harga jual antara lain, yaitu: Hansen dan Mowen mendefinisikan “harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”.³⁰

Menurut Mulyadi, “pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up”. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu

³⁰ Suhardi Sigit, *Manajemen Pemasaran*, UST, (Yogyakarta, 2000), h.187

cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.³¹

c. Tujuan Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga pada sebuah produk perusahaan mengikuti prosedur enam langkah, yaitu:³²

1. Perusahaan dengan hati-hati menyusun tujuan-tujuan pemasarannya, misalnya memertahankan hidup, meningkatkan laba saat itu, ingin memenangkan bagian pasar atau kualitas produk.
2. Perusahaan menentukan kurva permintaan yang memperlihatkan kemungkinan jumlah produk yang akan terjual per periode, pada tingkat-tingkat harga alternatif. Permintaan yang semakin tidak elastis, semakin tinggi pula harga yang dapat ditetapkan oleh perusahaan.
3. Perusahaan memperkirakan bagaimana biaya akan bervariasi pada tingkat produksi yang berbeda-beda.
4. Perusahaan mengamati harga-harga para pesaing sebagai dasar untuk menetapkan harga mereka sendiri.

³¹ Suhardi sigit, *Manajemen Pemasaran*, UST, (Yogyakarta, 2000), h.187

³² Suhardi sigit, *Manajemen Pemasaran*, UST, (Yogyakarta,2000), h.188

5. Perusahaan memilih salah satu dari metode penetapan harga terdiri penetapan harga biaya plus, analisis pulang pokok dan penetapan labasasaran, penetapan harga nilai yang diperoleh, penetapan harga yang sesuai dengan laju perkembangan dan penetapan harga dalam sampul tertutup.
6. Perusahaan memilih harga final, menyatakannya dalam cara psikologis yang efektif dan mengeceknya untuk meyakinkan bahwa harga tersebut sesuai dengan kebijakan penetapan harga perusahaan serta sesuai pula dengan para penyalur grosir, wiraniaga perusahaan, pesaing, pemasok dan pemerintah.

d. Tahap-tahap Penetapan Harga

Setelah mengetahui arah dan tujuan penetapan harga yang sudah ditentukan, maka hal yang harus diperhatikan oleh manajemen pemasaran dapat dialihkan kepada prosedur penentuan harga yang ditawarkan.³³ Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha ataupun pihak perusahaan. Penetapan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penetapan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan

³³ Suhardi sigit, *Manajemen Pemasaran*, UST, (Yogyakarta,2000), h.188

penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai perusahaan. Dalam penetapan harga yang harus diperhatikan adalah faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung :³⁴

1. Faktor yang secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah, dan factor lainnya.
2. Faktor yang tidak langsung namun erat dengan penetapan harga yaitu harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen. Yang harus diperhatikan oleh manajemen pemasaran dapat dialihkan kepada prosedur penentuan harga yang ditawarkan.

Apabila dalam sebuah perusahaan tidak memiliki prosedur yang sama dalam menentukan atau menetapkan harga dimana menurut Wiliam J. Stanton bahwa penetapan harga memiliki lima tahap yaitu :

1. Mengestimasi untuk permintaan barang Pada tahap ini seharusnya perusahaan dapat mengestimasi permintaan barang atau jasa yang dihasilkan secara total yang akan memudahkan perusahaan dalam melakukan penentuan harga

³⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (jakarta:Erlangga jilid 1,1992), h.180

terhadap permintaan barang yang ada dibandingkan dengan permintaan barang baru. Dalam mengestimasi permintaan suatu barang maka sebuah manajemen bisa menggunakan cara berikut:³⁵

2. Menentukan harga yang diharapkan (expected price) yakni harga yang diharapkan dapat diterima oleh konsumen yang ditemukan berdasarkan peredaran.
3. Mengestimasi volume penjualan pada berbagai tingkat harga.
4. Mengetahui terlebih dahulu reaksi dalam persaingan. Kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam penentuan harga harus mempertimbangkan kondisi persaingan barang yang terdapat di pasar serta sumber-sumber penyebab lainnya. Seperti barang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain barang pengganti atau substitusi.
5. Barang lain yang dihasilkan oleh perusahaan lain yang sama sama menginginkan uang konsumen. Dalam menentukan sebuah pangsa pasar yang dapat diharapkan oleh kalangan perusahaan yang ingin bergerak maju lebih cepat dan tentu selalu mengharapakan market share yang lebih besar. Memang harus disadari bahwa untuk mendapatkan market share yang lebih besar ditunjang oleh kegiatan promosi dan kegiatan lain

³⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (jakarta:Erlangga jilid 1,1992), h.180

dari persaingan non harga, disamping dengan penentuan harga tertentu.

6. Strategi harga Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar terdapat beberapa strategi harga yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target pasar yang sesuai, yaitu: Strategi ini berupa penetapan harga yang ingin mencapai setinggi-tingginya. Kebijaksanaan ini memiliki tujuan untuk menutupi biaya penelitian, pengembangan dan promosi. Oleh karena itu, strategi ini cocok untuk produk baru.

e. Metode Penetapan Harga

Setelah mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, maka perusahaan baru akan memecahkan masalah penetapan harga ini dengan menggunakan metode penetapan harga. Menurut Herman ada beberapa metode penetapan harga (*methods of price determination*) yang dapat dilakukan budgeter dalam perusahaan, yaitu :³⁶

1. Metode Taksiran (*Judgemental Method*)

Perusahaan yang baru saja berdiri biasanya memakai metode ini. Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan instink saja walaupun market survey telah dilakukan. Biasanya metode ini digunakan oleh para pengusaha yang tidak terbiasa dengan data statistik. Penggunaan metode ini sangat murah karena perusahaan

³⁶ Rambat & Hamdani, *Ekonomi Manajerial*, edisi ke-1, (Bandung:Remaja Rodakarya,2008),h. 181

tidak memerlukan konsultan untuk surveyor. Akan tetapi tingkat kekuatan prediksi sangat rendah karena ditetapkan oleh instink.

2. Metode Berbasis Pasar (*Market-Based Pricing*)

a) Harga pasar saat ini (*current market price*)

Metode ini dipakai apabila perusahaan mengeluarkan produk baru, yaitu hasil modifikasi dari produk yang lama. Perusahaan akan menetapkan produk baru tersebut seharga dengan produk yang lama. Penggunaan metode ini murah dan cepat. Akan tetapi pangsa pasar yang didapat pada tahun pertama relatif kecil karena konsumen belum mengetahui profil produk baru perusahaan tersebut, seperti kualitas, rasa, dan sebagainya.³⁷

b) Harga pesaing (*competitor price*)

Metode ini hampir sama dengan metode harga pasar saat ini. Perbedaannya menetapkan harga produknya dengan mereplikasi langsung harga produk perusahaan saingannya untuk produk yang sama atau berkaitan. Dengan metode perusahaan berpotensi mengalami kehilangan pangsa pasar karena dianggap sebagai pemalsu. Ini dapat terjadi apabila

³⁷ Rambat & Hamdani, *Ekonomi Manajerial*, edisi ke-1, (Bandung: Remaja Rodakarya, 2008), h. 182

produk perusahaan tidak mampu menyaingi produk pesaing dalam hal kualitas, ketahanan, rasa, dan sebagainya.³⁸

c) Harga pasar yang disesuaikan (adjusted current market price)

Penyesuaian dapat dilakukan berdasarkan pada faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal tersebut dapat berupa antisipasi terhadap inflasi, nilai tukar mata uang, suku bunga perbankan, tingkat keuntungan yang diharapkan (required rate of return), tingkat pertumbuhan ekonomi nasional atau internasional, perubahan dalam trend consumer spending, siklus dalam trendi dan model, perubahan cuaca, dan sebagainya. Faktor internalnya yaitu kemungkinan kenaikan gaji dan upah, peningkatan efisiensi produk atau operasi, peluncuran produk baru, penarikan produk lama dari pasar, dan sebagainya.³⁹

3. Metode Berbasis Biaya (Cost-Based Pricing)

a) Biaya penuh plus tambahan tertentu (full cost plus mark-up)

Dalam metode Ini budgeter harus mengetahui berapa proyeksi full cost untuk produk tertentu. Full cost adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dan atau dibebankan sejak bahan baku mulai diproses sampai produk jadi siap untuk dijual. Hasil penjumlahan antara full cost dengan tingkat

³⁸Rambat & Hamdni, *Ekonomi Manajerial*, edisi ke-1, (Bandung:Remaja Rodakarya,2008),h. 182

³⁹Rambat & Hamdni, *Ekonomi Manajerial*, edisi ke-1, (Bandung:Remaja Rodakarya,2008),h. 183

keuntungan yang diharapkan (required profit margin) yang ditentukan oleh direktur pemasaran atau personalia yang diberikan wewenang dalam penetapan harga, akan membentuk proyeksi harga untuk produk itu pada tahun anggaran mendatang. Required profit margin dapat juga ditetapkan dalam persentase. Untuk menetapkan profit, budgeter harus mengalikan full cost dengan persentase required profit margin. Penjumlahan antara profit dengan full cost akan menghasilkan proyeksi harga.⁴⁰

- b) Biaya variabel plus tambahan tertentu (variable cost plus mark-up)

Dengan metode ini budgeter menggunakan basis variabel cost. Proyeksi harga diperoleh dengan menambahkan mark-up laba yang diinginkan. Mark-up yang diinginkan pada metode ini lebih tinggi dari mark-up dengan basis full cost. Hal ini disebabkan biaya variabel selalu lebih rendah dari pada full cost. Strategi Penetapan Harga Untuk memenangkan sebuah persaingan, maka pihak manajemen harus menentukan strategi harga yang tepat bagi produknya.⁴¹

2. Harga dalam Islam

⁴⁰ Rambat & Hamdani, *Ekonomi Manajerial*, edisi ke-1, (Bandung: Remaja Rodakarya, 2008), h. 184

⁴¹ Rambat & Hamdani, *Ekonomi Manajerial*, edisi ke-1, (Bandung: Remaja Rodakarya, 2008), h. 190

Dalam fiqih Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *as-ṣaman* dan *as-si'r*. *As-ṣaman* adalah patokan harga suatu barang, sedangkan *as-si'r* adalah harga yang berlaku secara aktual di dalam pasar. Ulama fiqih membagi *as-si'r* menjadi dua macam. Pertama, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah, dalam harga yang berlaku secara alami, tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang ataupun produsen. Kedua, harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang riil dan daya beli masyarakat.⁴²

Penetapan harga pemerintah dalam pemerintah ini disebut dengan *at-tas'ir al-jabbari*. Ibnu Qudaimah, Ibnu Taimiyah, dan Ibnu Qoyyim membagi bentuk penetapan harga tersebut kepada dua macam kategori. Pertama, penetapan harga yang bersifat dhalim dan penetapan harga yang bersifat adil. Yang bersifat dhalim adalah pematokan harga yang dilakukan oleh pemerintah yang tidak sesuai dan tidak logis dengan kondisi mekanisme pasar akibat terbatasnya pasokan komoditas dan

⁴² Setiawan Budi Utomo, *Fiqih Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, (Jakarta: Gema Insani, tt), h.90

langkahnya barang atau jasa, sementara permintaan sangat banyak dan tanpa memperdulikan kemaslahatan para pedagang.⁴³

Penetapan harga yang diperbolehkan dan bahkan wajib dilakukan menurut mereka adalah ketika terjadi lonjakan harga yang cukup tajam, signifikan, massif dan fantastis menurut bukti akurat disebabkan oleh ulah para spekulasi dan pedagang. Akan tetapi, pematokan harga tersebut juga harus dilakukan dalam batas adil, dengan memperhitungkan biaya produksi, biaya distribusi, transportasi, modal, margin, keuntungan bagi para produsen maupun pedagang. Al Quran sangat menekankan perlunya keadilan. Sangatlah natural untuk mempegunakan gagasan ini berhubungan dengan pasar, khususnya dengan harga. Karena itu, Rasulullah S A.W. Menyatakan sifatnya riba seseorang yang menjual terlalu mahal diatas kepercayaan pelanggan.⁴⁴

Dalam ekonomi Islam siapapun boleh berbisnis. Namun demikian, tidak boleh melakukan *ikhtikar*, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga sekaligus melindungi hak keduanya. Islam membolehkan bahkan mewajibkan pemerintah melakukan intervensi

⁴³ Setiawan Budi Utomo, *Fiqih Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, (Jakarta: Gema Insani, tt), h.90

⁴⁴ Setiawan Budi Utomo, *Fiqih Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, (Jakarta: Gema Insani, tt), h.91

harga, bila kenaikan harga disebabkan adanya distorsi terhadap permintaan dan penawaran.⁴⁵

Kebolehan intervensi harga antara lain karena:

- a. Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat yaitu melindungi penjual dalam hal tambahan keuntungan (*profitmargin*) sekaligus melindungi pembeli dari penurunan daya beli.
- b. Bila kondisi menyebabkan perlunya intervensi harga, karena jika tidak dilakukan intervensi harga, penjual menaikkan harga dengan cara *ikhtikar* atau *ghaban faa hisy*. Oleh karenanya pemerintah dituntut proaktif dalam mengawasi harga guna menghindari adanya kezhaliman produsen terhadap konsumen.
- c. Pembeli biasanya mewakili masyarakat yang lebih luas, sedangkan penjual mewakili kelompok masyarakat yang lebih kecil. Artinya intervensi harga harus dilakukan secara profesional dengan melihat kenyataan tersebut.

Sebagaimana yang dikutip oleh AA. Islahi dalam bukunya *Konsepsi Ekonomi Ibnu Taimiyah (terj)*, Ibnu Taimiyah mencatat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya terhadap harga.

- a. Keinginan masyarakat (*al-raghab*) atas suatu jenis barang berbeda-beda. Keadaan ini sesuai dengan banyak dan sedikitnya barang yang diminta (*al-matlub*) masyarakat tersebut. Suatu barang sangat

⁴⁵ M. Nur Rianto Al Arif, dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 242

diinginkan jika persediaannya sangat sedikit dari pada jika ketersediaannya berlimpah.

- b. Perubahan jumlah barang tergantung pada jumlah para peminta (*tullab*). Jika jumlah suatu jenis barang yang diminta masyarakat meningkat, harga akan naik dan terjadi sebaliknya, jika jumlah permintaannya menurun.

Harga itu juga dipengaruhi oleh bentuk pembayaran (uang) yang digunakan dalam jual beli. Aplikasi ini berlaku bagi seseorang yang meminjam atau menyewa. Pemberi sewa bisa mendapatkan keuntungan kepada penyewa. Namun, hal ini kurang berlaku bila barang yang disewakan dalam kondisi yang tidak aman, misalnya tanah yang disewakan di suatu wilayah yang banyak perampokan, atau diduduki binatang buas. Harga sewa dari tanah dalam kondisi demikian tak sama dengan tanah yang aman.⁴⁶

C. Strategi Penentuan kualitas

1. Strategi Penentuan kualitas

Kualitas (*quality*) mengandung pengertian yang berbeda-beda bagi setiap orang tergantung pada konteksnya. Kualitas akan sangat berkaitan dengan jenis produk atau jasa tertentu dan konsumen tertentu. Berdasarkan pengertian tersebut, menunjukkan bahwa kualitas produk atau jasa dibuat secara spesifik dalam bentuk dan karakteristiknya untuk kepuasan pelanggan. Hansen dan Mowen ,mendefinisikan kualitas sebagai berikut:

⁴⁶ M. Nur Rianto Al Arif, dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 242

“*Quality is a relative measure of goodness*” Definisi ini mengandung pengertian bahwa kualitas merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) atau ukuran relatif dari kebaikan (*goodness*).⁴⁷ Dari sekian banyak definisi kualitas yang ada, menurut Tjiptono terdapat beberapa kesamaan yaitu dalam elemen-elemen sebagai berikut:

- a) Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b) Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
- c) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa yang akan datang).

Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan adalah melalui penelitian dan pengembangan produk, pengamatan daur kehidupan produk, total quality manajemen, atribut produk serta diferensiasi produk. Tujuan dari peningkatan kualitas adalah agar produk tetap diminati, dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen sehingga tujuan perusahaan untuk eksis, tumbuh, dan berkembang dapat dicapai.

2. Pengukuran Kualitas

Horngren menyatakan bahwa pengukuran kualitas untuk mengetahui kepuasan konsumen dan untuk mengevaluasi kinerja internal sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan elemen pentingnya program kualitas. Memproduksi produk

⁴⁷ Rosnaini Daga, *citra, kualitas produk dan kepuasan pelanggan*, (makasar: Gopal Research and Consulting Institute, 2017)h.43

yang bebas dari kerusakan dan berkualitas tinggi hanya menguntungkan jika juga dapat memuaskan konsumen.⁴⁸

Kepuasan konsumen sukar untuk diukur secara tepat, tetapi perusahaan dapat memilih dari banyaknya indikator untuk memperoleh jawaban. Menurut Ariani, ukuran kualitas harus dapat dilakukan baik secara individual, organisasi, korporasi, dan tujuan kinerja nasional. Untuk itu pengukuran kualitas harus bersifat secara menyeluruh baik produk maupun prosesnya.⁴⁹

Ukuran non finansial kepuasan konsumen meliputi:

- a. Jumlah unit yang cacat yang dikirimkan ke konsumen sebagai persentase dari total unit yang dikirimkan.
- b. Jumlah keluhan konsumen. Perusahaan mungkin memperkirakan bahwa dari 20 pelanggan, 10 pelanggan akan memberikan keluhan.
- c. Selisih waktu tanggapan konsumen (selisih antara tanggal pengiriman yang dijadwalkan dengan tanggal yang diinginkan konsumen).
Pengiriman tepat waktu (persentase dari pengiriman yang dilakukan tepat atau sebelum tanggal pengiriman yang dijadwalkan).

D. Strategi Penentuan Harga

⁴⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, (Yogyakarta, 1997), h. 225

⁴⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, (Yogyakarta, 1997), h. 245

1. Strategi penentuan harga

Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha ataupun pihak perusahaan. Penetapan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penetapan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang dapat dicapai perusahaan.⁵⁰

Dalam penetapan harga yang harus diperhatikan adalah faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung :

- a. Faktor yang secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah, dan factor lainnya.
- b. Faktor yang tidak langsung namun erat dengan penetapan harga adalah antara lain yaitu harga produk sejenis yang dijual oleh pesaing.⁵¹

Salah satu keputusan yang sulit dihadapi suatu perusahaan adalah strategi penentuan harga. Menurut David W. Cravens penentuan harga adalah suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsekuensi dari deregulasi, persaingan global yang kian sengit,

⁵⁰Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, (Yogyakarta, 1997), h. 223

⁵¹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, (Yogyakarta, 1997), h. 224

rendahnya pertumbuhan di banyak pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memantapkan posisinya di pasar. Menurut H. Djaslim Saladin penentuan harga adalah keputusan-keputusan mengenai harga yang ditetapkan oleh manajemen.

Jadi, strategi penentuan harga adalah upaya menentukan harga jual beli barang dagangan yang dilakukan pemerintah disertai pelarangan menjual dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga jual beli yang telah ditetapkan.⁵² Meskipun cara penentuan harga yang dipakai sama bagi setiap perusahaan yaitu didasarkan pada biaya, persaingan, permintaan, dan laba, tetapi kombinasi optimal dari faktor-faktor tersebut berbeda sesuai dengan sifat produk, pasarnya, dan tujuan perusahaan.⁵³

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah salah satu dari empat bauran pemasaran/marketing mix (4P=*product, price, place, promotion*/produk, harga, distribusi, promosi).⁵⁴ Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam suatu moneter. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjual produknya baik berupa barang maupun jasa. Menentukan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan

⁵² Abu Malik Kamal As-Sayyid Salim, *Shahih Fikih Sunnah Lengkap*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), Cet. Ke-1, h. 472

⁵³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, (Yogyakarta, 1997), h. 224

⁵⁴ Murti Sumarni, *Marketing Perbankan*, (Yogyakarta: Liberty, 1998), h. 45

menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.

Untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Harga suatu barang dan jumlah barang tersebut yang diperjual belikan, ditentukan oleh permintaan dan penawaran barang tersebut. Oleh karena itu untuk menganalisis mekanisme penentuan harga dan jumlah barang yang diperjual belikan, secara serentak perlu dianalisis permintaan dan penawaran terhadap suatu barang tertentu yang ada di pasar.⁵⁵

permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli pada tingkat harga tertentu, di mana umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah permintaan akan lebih besar. Sedangkan penawaran adalah suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu, dimana umumnya harga yang lebih tinggi akan mendorong jumlah yang penawaran lebih besar. Harga yang terjadi adalah harga pada titik pertemuan antara harga permintaan dan harga penawaran.

a. Permintaan akan meningkat ketika harga suatu barang atau jasa menurun, dan juga sebaliknya, permintaan akan menurun jika harga untuk barang atau jasa naik.

⁵⁵ Abu Malik Kamal As-Sayyid Salim, *Shahih Fikih Sunnah Lengkap*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), Cet. Ke-1, h. 450

- b. Penawaran akan meningkat ketika harga suatu barang atau jasa naik, dan juga sebaliknya, penawaran akan menurun jika harga untuk barang atau jasa turun.⁵⁶

Karena hukum permintaan dan penawaran saling bertolak belakang, maka harga yang terbentuk adalah berdasarkan hasil permintaan dan penawaran tersebut, dimana konsumen dan penjual sama-sama mendapat keuntungan. Strategi penetapan harga produk, adalah keputusan yang sangat penting bagi perusahaan, karena dari penetapan harga inilah tingkat laba perusahaan ditentukan. Kesalahan penetapan harga yang terlalu tinggi dapat berakibat berkurangnya daya tarik produk yang bisa membuat volume penjualan berkurang, akibatnya semua biaya mungkin tidak dapat ditutup dan akhirnya perusahaan akan mengalami kerugian. Sebaliknya jika penetapan harga yang terlalu rendah, maka operasional perusahaan bisa terganggu, dan dapat mengakibatkan tidak tertutupnya semua operasional biaya, hal ini juga akan merugikan perusahaan.⁵⁷

Secara umum harga memiliki beberapa fungsi, yaitu :

- a. Sebagai sarana bagi perusahaan untuk menentukan tingkat pendapatan dan atau keuntungan perusahaan.
- b. Sebagai alat pengendali tingkat permintaan dan penawaran produk.
- c. Sebagai komponen strategi pemasaran, yang berperan sebagai pengaruh terhadap aspek produk, distribusi atau promosi.

⁵⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, (Yogyakarta, 1997), h. 230

⁵⁷ Abu Malik Kamal As-Sayyid Salim, *Shahih Fikih Sunnah Lengkap*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), Cet. Ke-1, h. 472

- d. Mempengaruhi perilaku konsumen dalam dalam keputusan pembelian dan pendapatan masyarakat secara umum.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan penetapan harga produk adalah sifat permintaan pasar, di mana sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan penetapan harga produk / penetapan harga jual saja, tetapi juga mempengaruhi volume penjualan barangnya. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik, artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya. Untuk permintaan yang bersifat *in-elastic*, maka perubahan harga akan mengakibatkan perubahan volume penjualan menjadi lebih kecil.

Jika permintaan bersifat *elastic*, maka perubahan harga akan menyebabkan perubahan volume penjualan dalam perbandingan yang lebih besar. Apabila permintaan bersifat *unitary elasticity*, maka perubahan harga akan menyebabkan perubahan volume penjualan dalam proporsi yang mendekati sama.⁵⁸ Oleh karena itu pelaku usaha perlu menentukan tujuan utama agar focus menjadi lebih jelas. Untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut diatas ada berbagai hal yang perlu dipertimbangkan.

E. Strategi penentuan harga dalam Islam

1. Strategi penentuan harga dalam Islam

Teori ekonomi Islam mengenai harga pertama kali dapat dilihat dari sebuah Hadist yang menceritakan bahwa ada sahabat yang

⁵⁸ Murti Sumarni, *Marketing Perbankan*, (Yogyakarta: Liberty, 1998), h. 45

mengusulkan kepada Nabi untuk menetapkan harga dipasar,⁵⁹ sebagaimana yang telah diungkapkan sebelumnya. Sistem didefenisikan sebagai suatu organisasi berbagai unsur yang saling berhubungan satu sama lain. Unsur tersebut juga saling mempengaruhi dan saling bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

Ekonomi Islam merupakan bagian dari sistem Islam yang mencakup kaidah dan syari'atnya. Dalam sistem ekonomi Islam, manusia dikendalikan oleh keyakinan bahwa tingkah laku ekonomi manusia di dunia ini akan dapat terkendali, sebab manusia harus sadar bahwa perbuatannya termasuk tindakan ekonominya akan dimintai pertanggung jawabannya kelak oleh Allah SWT yang dasarnya adalah iman. Oleh karena itu, perilaku yang diutamakan oleh individu beriman adalah kerjasama bukan kompetisi.

Bila kompetisi yang diutamakan akan membuahkan ketidakadilan dan ketidakjujuran, serta akan merusak tatanan moral yang amat didambakan oleh manusia yang beriman. Oleh karena itu, paradigmanya adalah syari'ah, dan hal ini menjadi dasar dalam sistem ekonomi Islam. Dengan kata lain syarat utama adalah memasukkan unsur-unsur syari'ah dalam bidang ekonomi. Karena ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang tidak bebas dari nilai-nilai Islam atau nilai-nilai moral.⁶⁰

⁵⁹ Mawardi, *Ekonomi islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007), h. 37

⁶⁰ Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera, 2000).

Nilai-nilai moral merupakan aspek normatif yang harus dipakai untuk menganalisa fenomena ekonomi serta mengambil sejumlah keputusan sehingga mampu meraih tujuan-tujuan yang diridhai Allah SWT. Dalam sistem ekonomi Islam, pasar yang ada berdasarkan etika dan nilai-nilai syari'ah, baik dalam bentuk perintah, larangan, anjuran, ataupun himbauan. Pelaku pasar mempunyai tujuan utama dalam melakukan sebuah transaksi, yaitu mencapai ridha Allah SWT yang berdasarkan pada nilai-nilai Ilahiah demi mewujudkan kemaslahatan hidup bersama di samping kesejahteraan individu.⁶¹

Adapun strategi penentuan harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada strategi penentuan harga yang adil sebab ia cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum, strategi penentuan harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Penentuan harga harus mencerminkan manfaat sebagai pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarnya.⁶²

Di samping kekayaan duniawi, ada pahala besar pada hari kebangkitan nanti yang disediakan bagi para pedagang yang jujur.

⁶¹ Mawardi, *Ekonomi islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007), h. 37

⁶² Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera, 2000).

Menurut Nabi, peraturan-peraturan berikut harus diperhatikan dalam berdagang. di samping sikap adil dan jujur dalam melakukan transaksi. Salah satunya adalah penjual tidak boleh mempraktekkan kebohongan dan penipuan mengenai barangbarang yang dijual pada pembeli.⁶³

a. Strategi Penentuan Harga Nabi Muhammad SAW

Strategi penentuan harga yang sesuai syariat adalah berupayadengan sungguh-sungguh di jalan Allah dengan mengelolah sumberdayasecara optimal untuk mencapai tujuan yang terbaik di sisi Allah, baik didunia maupun di akhirat. Adapun strategi penentuan harga yang dijalankan Rasulullah SAW meliputi:

- 1) Strategi penentuan harga yang digunakan Nabi Muhammad berdasarkan prinsip suka sama suka.
- 2) Strategi penentuan harga yang digunakan Nabi Muhammad SAW adalah prinsip tidak menyaingi harga orang lain dan tidak menyongsong membeli barang sebelum dibawa ke pasar serta tidak berbohong atau membeda-bedakan pembeli dengan melakukan eksploitasi harga.
- 3) Nabi Muhammad SAW menetapkan strategi harga dengan prinsip membantu orang lain.
- 4) Nabi Muhammad SAW menetapkan strategi harga meskipun dengan sahabat terdekat.

⁶³ Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1997), Cet, Ke-3, h. 28

- 5) Strategi harga yang ditetapkan dalam jual beli kepada Allah, dicontohkan oleh Ali bin Abi Thalib.⁶⁴

⁶⁴ Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1997), Cet, Ke-3, h. 29

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Tebat Laut merupakan salah satu Desa yang ada di Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang. Secara administratif Desa Tebat Laut berdiri pada tahun 2007. Desa Tebat Laut luas wilayah 697 ha dengan jumlah penduduk 3.137.⁶⁵

Adapun visi dan misi Desa Tebat Laut yaitu:

1. Visi Misi Desa Tebat Laut

Visi Desa Tebat Laut adalah : meningkatkan kualitas agronomi masyarakat yang berbudaya dan berakhlak.

Untuk mewujudkan visi tersebut maka Desa Tebat Laut memiliki misi:

- a. Meningkatkan lingkungan masyarakat yang tertib dan lestari
- b. Meningkatkan perekonomian masyarakat melalui bidang agronomi (pertanian dan perkebunan)
- c. Meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat
- d. Melaksanakan pembangunan yang terarah dan berkesinambungan diberbagai bidang⁶⁶

⁶⁵ Profil Desa Tebat Laut Kec. Seberang Musi Kab. Kepahiang

⁶⁶ Profil Desa Tebat Laut Kec. Seberang Musi Kab. Kepahiang

2. Keadaan Geografis

Desa Tebat Laut terletak ± 80 km dari pusat Kabupaten Kepahiang. Persawahan 40,00 ha, pekarangan 62,00 ha, Perkebunan 96,00 ha, infrastruktur fisik desa 41 ha berupa jalan desa, lapangan olahraga, sekolahan, perkantoran pemerintah dan pemakaman Desa/umum. Perumahan di masyarakat di Desa Tebat Laut tidak tergolong padat, sebab masih banyak yang mempunyai pekarangan rumah yang dapat dimanfaatkan untuk menjemur hasil panen seperti lada dan lain sebagainya selain itu konsep pemukiman di Desa Tebat Laut memanjang mengikuti alur jalan.⁶⁷

Morfologi wilayah Desa Tebat Laut berada pada ± 1200 dpl dari permukaan laut. Dengan tekstur tanah Lampung dengan warna tanah hitam dan tingkat kemiringan tanah 20,00 derajat. Iklim di Desa Tebat Laut adalah panas sepanjang hari dengan suhu diantara 23° C, curah hujan sepanjang tahun yaitu ± 3000 mm/tahun. Curah yang sangat tinggi ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk budidaya tanaman pertanian, perkebunan, peternakan, dan perhutanan.⁶⁸

3. Kondisi Masyarakat

Data komposisi penduduk sangat penting untuk perencanaan pemerintah dalam segala bidang maupun dalam dunia usaha. Jika dihubungkan dengan kesejahteraan masyarakat maka, kesejahteraan masyarakat diukur dari beberapa indikator, indikator kesejahteraan

⁶⁷ Profil Desa Tebat Laut Kec. Seberang Musi Kab. Kepahiang

⁶⁸ Profil Desa Tebat Laut Kec. Seberang Musi Kab. Kepahiang

merupakan ukuran pencapaian masyarakat dimana masyarakat dapat dikatakan sejahtera atau tidak dan berkembang atau tidak.

a. Jumlah Penduduk.

Penduduk di Desa Tebat Laut pada tahun 2020 terdiri dari 3.137 jiwa yang terdiri atas laki-laki, 1.638 jiwa, perempuan 1.499 jiwa dan 962 jumlah kepala keluarga (KK), dengan kepadatan penduduk 933,63 jiwa/km².⁶⁹

b. Mata Pencaharian Pokok

Indikator umum yang sering digunakan dalam mengukur kualitas sumber daya manusia adalah mata pencaharian. Mata pencaharian masyarakat Desa Tebat Laut bervariasi. Beberapa masyarakat Desa Tebat Laut yang berprofesi sebagai petani adalah 1.104 orang hal ini menunjukkan bahwa Desa Tebat Laut memiliki potensi di bidang pertanian dan perkebunan.⁷⁰

c. Pendidikan

Indikator pendidikan dapat digunakan sebagai ukuran untuk menggambarkan standar hidup penduduk dalam suatu daerah. Pendidikan diharapkan akan menambah produktifitas penduduk. Pendidikan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan masyarakat yang berperan meningkatkan kualitas hidup. Semakin tinggi tingkat pendidikan suatu masyarakat, semakin baik kualitas sumber dayanya. Tingkat pendidikan di Desa Desa Tebat Laut terdiri

⁶⁹ Profil Desa Tebat Laut Kec.Seberang Musi Kab.Kepahiang

⁷⁰ Profil Desa Tebat Laut Kec.Seberang Musi Kab.Kepahiang

dari masyarakat yang belum sekolah, tamat SD, tamat SLTP, tamat SLTA, sampai tamat di Perguruan Tinggi.

Tingginya masyarakat yang berlatar belakang pendidikan tamat Sekolah Menengah Atas (SMA) atau sederajat, membuat pengetahuan masyarakat akan kesadaran pentingnya pendidikan. Akan tetapi penghasilan yang rendah membuat masyarakat takut menyekolahkan anak-anaknya ke jenjang yang lebih tinggi. Warga yang berpendidikan S1 berjumlah 80 orang. Salah satu di antara nya menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) di dinas pendidikan, guru SD, Staf Desa, Guru Smp, Guru Sma dan ada pula yang bekerja di luar Desa Tebat Laut.⁷¹

Menurut bapak Muji di keluarganya ada 1 orang yang sedang menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi (S1) dan 1 orang sedang menempuh pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA). Sementara menurut Bapak Johan mengatakan di keluarganya ada 1 orang yang tamat Perguruan Tinggi dan 2 anak sedang menempuh di Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA).⁷² Sedangkan menurut bapak bolot mengatakan bahwa di keluarganya ada 1 orang tamat SMA Dan 1 oarang sedang menempuh di Perguruan Tinggi.⁷³

Dari hasil wawancara diatas yang penulis lakukan pada 5 Agustus 2020 maka dapat dikatakan bahwa masyarakat Desa Tebat

⁷¹ Karsudi, BPD Desa Tebat Laut, Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

⁷² Johan, Tokoh Agama Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

⁷³ Bolot, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

Laut telah menjalankan program wajib belajar 9 tahun sesuai yang dianjurkan oleh pemerintah.

d. Kesehatan

Untuk kesehatan di Desa Tebat Laut terdapat sarana prasarana kesehatan yang terdiri dari puskesmas dan posyandu. Prasarana kesehatan yang paling banyak di Desa Tebat Laut adalah posyandu dan yang paling sedikit adalah puskesmas pembantu. Masing-masing puskesmas dan posyandu yang ada juga sudah dimanfaatkan dengan baik dan rutin oleh warga desa. Hal ini menunjukkan kesadaran masyarakat akan tentang kesehatan sudah tinggi karena sudah banyak prasarana kesehatan di Desa Tebat Laut.⁷⁴

Kepala Desa Tebat Laut mengatakan bahwa untuk memperoleh layanan kesehatan biasanya diperoleh di puskesmas dengan membawa kartu berobat Jamkesmas, bpjs dan sebagainya secara gratis. Akan tetapi masih banyak masyarakat yang sulit mendapatkan pelayanan kesehatan untuk tingkat perawatan lebih lanjut seperti Rumah sakit karena tidak memiliki BPJS. Bahkan banyak yang belum tau bagaimana cara memperoleh kartu BPJS, sehingga pelayanan kesehatan hanya seadanya.⁷⁵

B. Keadaan Umum Petani Lada Desa Tebat Laut

1. Sumber Daya Manusia Petani Lada di Desa Tebat Laut

⁷⁴ Profil Desa Tebat Laut Kec. Seberang Musi Kab. Kepahiang

⁷⁵ Azwar Effendi, Kepala Desa Tebat Laut, Wawancara pada tanggal 05 Agustus 2020

Sumber daya manusia merupakan hal penting dalam upaya meningkatkan kualitas sosial dan ekonomi di dalam suatu masyarakat. Sumber daya disini sangat berperan penting dalam upaya perubahan pola fikir serta aktivitas petani lada di Desa Tebat Laut. Sumber daya petani lada yang baik akan mampu menciptakan serta menghasilkan nilai guna yang tinggi bagi perkembangan ekonomi masyarakat. Jumlah petani lada yang ada di Desa Tebat Laut adalah sebanyak 400 orang yang terdiri dari 250 orang berjenis kelamin laki-laki dan 150 orang berjenis kelamin perempuan. Adapun luas lahan yang ada di Desa Tebat Laut yaitu 136 ha yang ditanami padi sebesar 40 hektar, lada 96 hektar.⁷⁶

2. Hasil Produksi Lada di Desa Tebat Laut

Desa Tebat Laut memiliki luas lahan perkebunan Lada yang berkisar 96 hektar dan di kelola oleh petani lada itu sendiri. Produksi lada yang ada di Desa Tebat Laut pada tahun 2015- 2017, Mengalami peningkatan yang signifikan dari 60-68 Ton dan mengalami penurunan pada tahun 2018-2019 dari 62-60 Ton. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi hasil produksi lada tersebut diantaranya nya :⁷⁷

a. Cuaca

Adalah kondisi alam yang mempengaruhi hasil produksi lada. Jika musim hujan lada yang dihasilkan semakin banyak dan bila musim kemarau maka hasil produksi lada yang dihasilkan pun semakin sedikit.

⁷⁶ Profil Desa Tebat Laut Kec. Seberang Musi Kab. Kepahiang

⁷⁷ Profil Desa Tebat Laut Kec. Seberang Musi Kab. Kepahiang

b. Kondisi Tanah

Jika tanah yang dimiliki oleh lada karet memiliki kandungan banyak humus maka tanah tersebut pun subur dan bagus untuk tanaman lada.

c. Luas Lahan

Luas lahan sangat berpengaruh dengan hasil produksi lada jika luas lahan yang dimiliki petani lada luas ataupun ber hektar-hektar maka jumlah hasil produksi ladapun melimpah, dan sebaliknya jika luas lahan yang dimiliki petani lada sedikit maka hasil produksi ladanya pun sedikit.

d. Modal

Dalam proses produksi modal merupakan faktor produksi yang mempunyai peranan penting dalam meningkatkan output secara makro.

e. Pupuk

Peranan pupuk sangat penting untuk meningkatkan produksi. bila pupuk yang diberikan hanya seadanya, maka produksi yang dihasilkan tentu sedikit. kandungan kadar pupuk lebih berperan penting dibandingkan jumlah yang diberikan untuk pertumbuhan dan perkembangan telah dapat di cukupi oleh tanaman lada itu sendiri.

3. Identitas Informan

Tabel

Tabel 3.1

No	Nama	Umur	Pekerjaan
1	Iril	38 tahun	Petani
2	Imam	42 tahun	Petani
3	Rohmad	40 tahun	Petani
4	Sarjono	39 tahun	Petani
5	Yopi	41 tahun	Petani
6	Tegar	32 tahun	Petani
7	Eko	42 Tahun	Petani
8	Sartono	43 Tahun	Petani
9	Jon	33 tahun	Petani
10	Surep	35 tahun	Petani
11	Supri	47 tahun	Petani
12	Yanto	38 tahun	Petani
13	Badawi	48 tahun	Petani
14	Ponijan	55 tahun	Petani
15	Kurnia	56 tahun	Petani
16	Tri Rezeki	50 tahun	Petani
17	Muji	52 tahun	Petani
18	Tutik	43 tahun	Petani
19	Poniman	45 tahun	Petani
20	Kamdi	54 tahun	Petani
21	Jumadi	57 tahun	Petani

Sumber: Profil Desa Tebat Laut

22	Muhayat	47 tahun	Petani
23	Ujang	50 tahun	Petani
24	Winhar	52 tahun	Petani

25	Marsudi	47 tahun	Petani
26	Topan	45 tahun	Petani
27	Parsok	42 tahun	Petani
28	Adi	40 tahun	Petani
29	Guntoro	42 tahun	Petani
30	Iwan	45 Tahun	Petani
31	Yudi	40 Tahun	Petani
32	Dayat	42 Tahun	Petani
33	Bambang	43 Tahun	Petani
34	Nanda	39 tahun	Petani
35	Parjok	56 tahun	Petani

Sumber: Profil Desa Tebat Laut

Sampel Tengkulak Di Desa Tebat Laut

Tabel 1.2

No	Nama	Umur
1	Sapar	57 tahun
2	Herman	45 tahun
3	Dartok	53 tahun
4	Ansori	48 tahun
5	Amin	45 tahun

Sumber: Profil Desa Tebat Laut

Dari data diatas jumlah informan dalam penelitian ini berjumlah 40 orang yang terdiri dari 35 orang petani dan 5 orang tengkulak.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Penentuan Kualitas Lada di Desa Tebat Laut

Lada yang dihasilkan petani ada 2 macam yaitu lada hitam dan lada putih, lada hitam adalah lada yang dikeringka dengan daging dan kulitnya sedangkan lada putih adalah lada yang dikeringkan hanya degan bijinya saja. Untuk jenis lada yang diproduksi di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang adalah jenis lada hitam. Petani lebih memilih menghasilkan lada hitam dengan alasan prosesnya lebih mudah untuk di lakukan dan tidak banyak memakan waktu jika dibandingkan dengan lada putih. Dalam hal kualitas lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang termasuk dalam kualitas baik, penentuan kualitas lada yang terdapat di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang menggunakan 3 strategi, hal ini di sampaikan oleh bapak Iril:

“pastikan lada sudah menghitam semua, lalu pegang supaya tahu tingkat kekeringannya, selajutnya bersihkan dari daun, ranting dan benda lainnya.”⁷⁸

Yang dimaksud bapak Iril dengan “pegang” adalah cara mengukur kualitas lada yang ada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang, caranya dengan lada dirasakan dengan cara dipegang atau digenggam dengan tangan.

⁷⁸ Iril, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

Bapak Adi juga menyampaikan hal yang sama, beliau menjelaskan sebagai berikut:

“Sesudah di panen lada di lepaskan dari tangkainya lalu di jemur hingga menghitam semua dan benar-benar kering, jika terdapat daun-daun kering, tangkai atau batu dibersihkan biar kualitasnya bagus, supaya saat dijual harganya mahal.”⁷⁹

hal yang sama juga disampaikan oleh bapak Jon:

“Lada dijemur hingga kehitaman dan kering biasanya 3-4 hari jika jika hari panas, jika hari mendung bisa samapai seminggu, saat di jemur lada di bola-balik sambil dibersihkan dari daun atau ranting kering, jika sudah tinggal dikarungi”⁸⁰

Proses pengemasan lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang juga sangat diperhatikan oleh para petani agar kualitas lada dapat bertahan lama. Hal ini seperti di jelaskan oleh bapak Bambang

“Supaya lada bertahan lama setelah dijemur hingga kering saat di karungi didinginkan dulu sebentar supaya hawa panasnya keluar, jika tidak lada akan lembab dan jamur saat disimpan”⁸¹

Maksud bapak Bambang yaitu lada yang sudah kering setelah dikarungi tidak langsung diikat tapi dibiarkan terbuka agar hawa panas yang

⁷⁹ Adi, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

⁸⁰ Jon, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

⁸¹ Bambang, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

masih ada keluar supaya kadar air yang mungkin tersisa tidak mengembun saat lada dingin dan tidak mempengaruhi tingkat kekeringan lada saat disimpan. Jika tidak lada akan menjadi lembab dan jamur saat disimpan dalam waktu yang lama. Ini dilakukan supaya kualitas lada terjaga untuk jangka waktu yang lama dan tetap sesuai dengan yang diharapkan konsumen yang dalam hal ini para tengkulak. Hal ini juga dijelaskan oleh bapak Badawi sebagai berikut:

“supaya sesuai dengan harapan konsumen kita harus menjaga kualitas lada kita, saat dibeli kualitas sudah bagus dan saat sudah disimpan oleh konsumen kualitas lada tidak berubah, itulah sebabnya lada yang sudah dikarungi tidak langsung diikat tapi didinginkan dulu sebentar. Apa lagi kalau konsumennya langganan kita, nanti jadi gak enakan.”⁸²

Bapak Herman selaku tengkulak juga mengatakan:

“lada di Desa Tebat Laut tahan lama saat disimpan dan kualitasnya masih terjaga.”⁸³

Dari yang disampaikan bapak Badawi dan bapak Herman diatas petani sangat memperhatikan kualitas lada serta harpan konsumen, dan terdapat konsep berlangganan antara petani dan tengkulak tertentu.

Dalam pengukuran kualitas lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang musu kabupaten kepahiang masih menggunakan cara yang sangat tradisional yaitu dengan cara dilihat dan dipegang dengan tangan, untuk

⁸² Badawi, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

⁸³ Herman, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

penampilan cukup dilihat dengan mata saja jika sudah hitam semua baru dipegang menggunakan tangan untuk mengukur kekeringannya. Hal ini seperti yang disampaikan bapak Iwan berikut:

“lada yang baik yaitu lada yang berwarna hitam semua tidak adalagi warna hijau atau merahya dan saat dipegang teksturnya kasar, keras dan ada tekstur-tekstur garingnya”⁸⁴

Hal yang sama juga disampaikan bapak Yudi, beliau mengatakan:

“kalau lada yang bagus itu kelihatan hitam semua dan kalau dipegang berasa keringnya itu, berasa padat dan garing gitu kalau dipegang”⁸⁵

Bapak ansori selaku tengkulak juga mengatakan:

“dari segi penampilan lada di Desa Tebat Laut sangat bagus, ladanya hitam dan bersih dari kotoran saat dipegang juga rasanya garing.”⁸⁶

Bapak dartok selaku tengkulak juga mengatakan hal yang sama:

“kalau lada yang saya beli selama ini penampilannya bagus semua, warnanya hitam merata kalau ada yang belum hitam saya tidak berani beli karena kalau dijemur lagi beratnya berkurang.”⁸⁷

Bapak Amin juga menambahkan:

“penampilan dan tekstur lada disini bagus bagus, apalagi kalau langganan saya itu sudah terjamin”⁸⁸

⁸⁴ Iwanrga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

⁸⁵ Yudi, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

⁸⁶ Ansori, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

⁸⁷ Dartok, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

⁸⁸ Amin, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

Berdasarkan yang disampaikan bapak Amin dan kawan-kawan diatas untuk segi penampilan dan tekstur lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang dapat dikatakan sudah baik.

Dari hasil wawancara dengan informan diatas penulis menentukan strategi penentuan kualitas lada yang digunakan di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang sebagai berikut:

1. Tingkat Warna

Lada yang baru sudah dipanen biasaya berwarna hijau hingga merah saat sudah matang, kemudian lada akan dijemur hingga lada menghitam. Hal ini di sampaikan oleh bapak Parjok dan kawan-kawan selaku petani lada di Desa Tebat Laut. Bapak Parjok dan kawan-kawana mengatakan:

*“Pertama pastikan semua lada yang sudah dijemur berwarna hitam semua, baru dicek apakah sudah kering atau belum, lalu bersihkan sisa-sisa daun atau ranting yang masih tercampur”*⁸⁹

Hal ini juga diperkuat oleh perkataan pak Ujang:

*“Tengkulak biasanya tidak mau membeli lada jika masih ada yang hijau, tidak enak dilihat”*⁹⁰

Maksud pak Ujang diatas adalah warna lada yang belum menghitam setelah dijemur, biasanya hal ini terjadi karena tercampur dengan lada yang baru dari sisa-sisa hasil panen.

⁸⁹ Parjok dkk, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

⁹⁰ Ujang, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

Dari penjelasan bapak Parjok, bapak Ujang dan kawan-kawan hal pertama penentuan kualitas lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang yaitu ditentukan oleh warna lada tingkat kehitaman lada setelah di jemur.

2. Tingkat Kekeringan

Tingkat kekeringan lada di Desa Tebat Laut diukur menggunakan tangan dengan cara digenggam atau dipegang, hal ini seperti yang dikatakan bapak sapar, Menurut Bapak Sapar selaku tengkulak lada di Desa Tebat Laut mengatakan:

“Selama ini saya mengukur kualitas lada dari tingkat kekeringan, jika saat dipegang sudah kering maka kualitasnya bagus”⁹¹

Hal serupa juga di ungkapkan oleh Bapak Dayat. Berikut penjelasannya:

“kalau sudah hitam semua dan dipegang sudah berasa kering itu sudah bagus.”⁹²

Disambung pula oleh penjelasan yang diberikan seorang petani selaku informan yakni Bapak Bambang. Beliau mengatakan:

“yang bagus itu lada yang sudah dijemur hingga kering saat dikarungi tidak langsung diikat tapi didiamkan sebentar supaya panasnya keluar, supaya saat disimpan tidak jadi lembab dan dapat bertahan lama saat disimpan.”⁹³

Dari penjelasan Bapak Sapar, Bapak Herman, dan Bapak Bambang penentuan kualitas lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi

⁹¹ Sapar, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

⁹² Dayat, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

⁹³ Bambang, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

Kabupaten Kepahiang yaitu ditentukan tingkat kekeringan lada dari hasil penjemuran.

3. Tingkat Kebersihan

Menurut Bapak Eko selaku petani lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang mengatakan bahwa:

“jika terdapat sisa ranting pohon, daun atau benda lain yang tercampur lada, maka dibersihkan dahulu agar kualitas meningkat”⁹⁴

Kebersihan yang dimaksud oleh Bapak Eko ini adalah kebersihan lada dari ranting, daun dan debu saat proses pemanenan hingga proses penjemuran yang bercampur dengan lada.

Bapak Dartok sebagai tengkulak juga mengatakan:

“kebersihan lada juga harus diperhatikan karena dapat mempengaruhi timbangan, dalam 1 ton lada kering yang kotor, berat ranting, debu dan lain-lain bisa mencapai 6-10 kg”⁹⁵

Hal ini menandakan bahwa diantara para petani yang membiarkan ranting, daun serta debu yang tercampur saat proses pemanenan hingga penjemuran untuk menambah berat lada mereka.

Dari penjelasan Bapak Dartok dan Bapak Eko di atas maka kualitas lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang selain dari tingkat kekeringan lada tingkat kebersihan lada juga menjadi indikator dari penentuan kualitas lada. Penilaian kualitas lada juga masih menggunakan cara yang masih tradisional.

⁹⁴ Eko, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

⁹⁵ Dartok, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

B. Strategi Penentuan Harga Lada di Desa Tebat Laut

Harga lada sebenarnya sudah ditentukan oleh harga lada dunia tidak terkecuali di Indonesia termasuk di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang, meskipun begitu tengkulak juga harus berhati-hati untuk menentukan harga lada agar kualitas lada yang diinginkan sesuai, hal ini juga untuk mengantisipasi agar harga lada tidak memberatkan untuk petani, seperti yang dikatakan oleh bapak Dartok selaku tengkulak sebagai berikut:

“Supaya tidak memberatkan biasanya sebelum transaksi saya jelaskan pada petani harga lada untuk kualitas bagus berapa, jadi kalau kualitasnya kurang bagus harga juga turun, belum lagi kalau lokasinya jauh dan harus saya jemput itu saya jelaskan lagi dipotong sekian untuk uang bensin”

Bapak sapar juga menambahkan:

“caranya saya jelaskan terlebih dahulu harga pasar berapa, biasanya petani langsung paham kalau sudah dijelaskan harga pasarnya tapi kadang ada tawar-tawar sedikit biasalah itu apalagi kalau mereka minta saya yang kesana untuk jemput ladanya.”

Dari wawancara diatas tengkulak dan petani sudah saling percaya dan terbiasa menggunakan dengan kebiasaan yang ada, namun untuk mengakali kecurangan yang mungkin dilakukan oleh petani tengkulak di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang menerapkan 3 strategi sebagai berikut:

1. Kualitas

Dalam penentuan harga lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang Bapak Ansori selaku tengkulak mengungkapkan:

“Saya akan membeli lada dari petani berdasarkan kualitas dari ladanya, jika lada sudah kering dan tidak terdapat banyak debu atau benda lain yang tercampur maka saya akan bayar dengan harga yang memang hak mereka (petani) yakni berkisar Rp.28.000 per-kilonya”⁹⁶

Kualitas yang dimaksud Bapak Ansori ini adalah lada tersebut sudah benar-benar kering dari bersih dari kotoran yang mungkin tercampur

Bapak sapar juga mengatakan:

“kalau ladanya kering, bersih saya beli dengan harga pasar Rp.28.000 per-kilo tapi kalau belum benar-benar kering atau kotor saya beli dengan harga dibawah itu.”

Bapak Dayat selaku petani juga mengungkapkan:

“Penentuan harga lada mengikuti kualitas harga lada yang dijual, saat kualitas lada jelek harganya juga akan turun”⁹⁷

Bapak Yopi selaku petani juga mengungkapkan:

⁹⁶ Ansori,Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

⁹⁷ Dayat,Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

“harga yang diberikan tengkulak sesuai dengan kualitas lada saya, kita juga sama-sama tahu cara ngukur kualitas lada jadi memang sesuai anantara kualitas lada yang saya berikan dengan harga yang tengkulak berikan.”

Dari penjelasan Bapak Ansori dan Bapak Dayat maka harga lada salah satunya ditentukan oleh kualitas lada tersebut seperti lada kering dan bersih dari sampah.

2. Jarak/Lokasi

Menurut Bapak Amin selaku tengkulak lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang mengungkapkan.

“Dalam menentukan harga lada, jarak dan lokasi transaksi juga mempengaruhi, harga lada yang di bawa langsung oleh petani kesaya akan berbeda dengan harga lada yang harus saya jemput ketempat petani, apalagi kalau lokasinya jauh. Harganya akan sedikit dikurangi untuk biaya transportasi petani juga biasanya maklum.”⁹⁸

Bapak dartok selau tengkulak juga mengatakan:

“kita nentukan harga sesuai dengan kualitas, tapi kalau barangnya harus dijemput biasanya saya harganya kurang sedikit, kalau cuman di Desa gak usah dikurangi, tapi kalau harus jemput di Kebun sana kan jauh.”

Bapak Guntoro Selaku petani juga mengatakan:

“kalau harga dan kualitas yang diberikan tengkulak sesuai, tapi kalau ladanya harus dijemput harganya akan dipotong untuk

⁹⁸ Amin, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

uang bensin, seperti saya yang lokasinya cukup jauh biasanya saya minta tengkulak untuk ambil kerumah gak masalah kalau harganya dipotong sedikit, kalau saya anatar pakai motor juga capek bolak balik belum duit bensin jugakan.”

Dalam penjelasan Bapak Amin diketahui lokasi merupakan salah satu faktor penentuan harga dan proses transaksi tidak selalu terjadi di tempat tengkulak, transaksi juga bisa dilakukan dengan tengkulak yang mendatangi lokasi petani.

3. Kepercayaan dan Amanah

Menurut Bapak Sapar selaku tengkulak lada di Desa Tebat Laut Kecamatan seberang Musi Kabupaten Kepahiang mengatakan:

“Agar kualitas lada yang saya harapkan tercapai saya mengandalkan pelanggan setia atau pelanggan lama, dan memang saya sudah percaya dengan petani tersebut, baik dalam kualitas ladanya sudah saya percaya dan harga lada yang saya berikan kepada petani tersebut akan berbeda dengan yang baru pertama kali menjual ladanya kepada saya, biasanya petani yang baru pertama kali menjual kepada saya saya beli dengan harga sedikit dibawah harga pelanggan yang saya percaya. Hal ini karena saya belum percaya kualitas lada yang dijual kepada saya terutama kualitas kebersihannya”⁹⁹

Maksud dari penjelasan Bapak Sapar yaitu para pembeli sudah mengetahui sedikit banyak tentang pelanggan ini baik kualitas lada yang di jualnya.

⁹⁹ Sapar, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

C. Strategi Penentuan Harga Pada Komuditi Lada Dalam Persfektif Ekonomi Islam di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musikabupaten Kepahiang

Dalam ekonomi islam sangat menekankan pada harga yang adil, penentuan harga tidak boleh memberatkan pembeli dan membuat rugi penjual. Strategi penentuan harga berdasarkan kualitas, lokasi, dan kepercayaan yang dilakukan oleh para pembeli lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang pada hakekat adalah suatu kebiasaan yang tidak ditetapkan berapa dan harus bagaimana keadaanya, dalam artian bahwa strategi tersebut terbentuk dengan sendirinya oleh pembeli dan diakui oleh petani sebagai bentuk kesepakatan dalam bertransaksi jual beli mereka.

Menurut bapak Azwar Effendi,¹⁰⁰ sebenarnya harga lada sudah ada standar dunia jadi di indonesia juga mengikuti harga tersebut. Namun adanya perubahan harga dari pemasok atau yang dikenal tengkulak lada di wilayah pedesaan karena kualitas lada dari para petani bermacam-macam ragam adanya seperti tercampur ranting, daun, debu bahkan benda-benda keras lainnya. Hal ini dilakukan oleh petani untuk mendapatkan keuntungan berat dari lada mereka, sehingga para pembeli juga membuat strategi harga yang lebih rendah dari standar pemerintah karena mereka juga tidak ingin rugi karena kenakalan petani. Seperti yang dikatakan oleh bapak Herman:

¹⁰⁰ Azwar Effendi, Kepala Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

“kualitas lada dari para petani bermacam-macam ragam adanya seperti tercampur ranting, daun, debu bahkan benda-benda keras lainnya. Hal ini dilakukan oleh petani untuk mendapatkan keuntungan berat dari lada mereka, sehingga para pembeli juga membuat strategi harga yang lebih rendah dari standar pemerintah karena saya juga tidak ingin rugi karena kenakalan petani.”¹⁰¹

Menurut bapak Johan selaku tokoh agama, dalam perspektif ekonomi islam akad yang di gunakan dalam strategi penentuan kualitas dan harga lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang adalah akad murabahah dimana akad ini adalah bentuk kesepakatan bersama antara pembeli dan petani yang tidak tersurat namu diakui oleh kedua belah pihak,¹⁰² strategi penentuan harga ini menjadi sah karena adanya unsur kerelaan antara kedua belah pihak (pembeli/tengkulak dan petani) yang sudah menjadi kebiasaan mereka. Dalam prosesnya sebelum transaksi pembeli/tengkulak juga sudah menjelaskan harga pasar untuk lada dengan kualitas bagus sehingga menjadi gambaran atau patokan untuk harga lada dengan kualitas kurang bagus. Pengukuran kualitas lada juga sudah diketahui oleh baik petani maupun tengkulak, meskipun masih menggunakan cara tradisional kedua pihak dapat menerimanya dan sudah menjadi kebiasaan.¹⁰³

¹⁰¹ Herman, Warga Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

¹⁰² Johan, Tokoh Agama Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

¹⁰³ Johan, Tokoh Agama Desa Tebat Laut. Wawancara pada tanggal 06 agustus 2020

Strategi penentuan harga ini menjadi sah karena adanya unsur kerelaan antara kedua belah pihak (pembeli/tengkulak dan petani) yang sudah menjadi kebiasaan mereka. Hal ini juga diperkuat oleh kaidah fiqhiyah *العادة مُحْكَمَةٌ* yang berarti adat istiadat dapat dijadikan hukum. Kebiasaan masyarakat di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang dalam mengukur kualitas lada dapat dikatakan sudah menjadi adat istiadat karena sudah berlangsung lama dan turun temurun.

Hal ini juga diperkuat oleh firman Allah SWT dalam surat An-Nisa ayat 29.

Dalam surat An-Nisa ayat 29 Dijelaskan :

وَلَا مِّنْكُمْ تَرَاضٍ عَن تِجْرَةٍ تَكُونُ أَنِ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالُكُمْ تَأْكُلُوا لَأَءَامِنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
رَجِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنفُسَكُمْ تَقْتُلُوا

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:29)¹⁰⁴

¹⁰⁴ Tim Penerjemah Alquran UII, *Alquran dan Tafsir*. (Yogyakarta: UII Press, 1991), h. 29

Berdasarkan ayat diatas selagi dalam transaksi kedua belah pihak jujur dan adil dan dapat diterima oleh keduanya maka transaksi itu diperbolehkan, namun jika salah satu pelaku transaksi berterus terang bahwa dia tidak rela, atau adanya indikator keadaan yang menunjukkan bahwa orang yang bersangkutan merasa terpaksa atau merasa sungkan dan malu, sudah cukup bagi kita untuk tidak melakukan transaksi dengannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pelaksanaan penetapan kualitas dan harga lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai Berikut :

1. Strategi penentuan kualitas lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang terdapat 3 strategi yang digunakan oleh tengkulak lada yaitu berdasarkan tingkat warna, tingkat kekeringan lada dan kebersihan lada.
2. Strategi penentuan harga lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang terdapat 3 strategi yang digunakan oleh tengkulak lada yaitu berdasarkan kualitas, jarak/lokasi dan kepercayaan.
3. Ketiga Strategi penentuan harga lada di Desa Tebat Laut Kecamatan Seberang Musi Kabupaten Kepahiang berdasarkan kualitas, jarak/lokasi dan kepercayaan, di dalam perspektif ekonomi Islam perbolehkan karena termasuk dalam akad murabaha dan diperkuat oleh Qs.An-Nisa:29, serta kaidah fiqhiyah **العَادَةُ مُحَكَّمَةٌ** yang berarti adat istiadat dapat dijadikan hukum.

B. Saran

1. Bagi pembeli (tengkulak) lada, agar dapat menjelaskan kepada petani patokan harga yang sudah ditetapkan standarnya.
2. Bagi petani, agar tidak melakukan kecurangan yang sudah menjadi kebiasaan dalam menjual lada.
3. Bagi masyarakat desa tebat laut kecamatan seberang musi kabupaten kepahiang dan pembaca, agar dapat menjadi referensi di penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997).

Abu Malik Kamal As-Sayyid Salim, *Shahih Fikih Sunnah Lengkap*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), Cet. Ke-1

Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, (Jakarta: Yayasan Swarna Bhummy, 1997), Cet, Ke-3

Bayu CahyonoA.Md.Akun, *Analisis Strategi Penetapan Harga Pada Taman Pintar Yogyakarta*,(Yogyakarta: 2014)

Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis, CAPS (Center for Academic Publishing Service)*, Jakarta, 2013

Felix Osarumhense Aguele dkk, *A Study of Quality Improvement of Natural Rubber Products by Drying Method*, Department of Chemical Engineering Technology, Michael Okpara University of Agriculture, Umudike, Nigeria. Vol.03 No.11(2015).

Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Bekasi, Gramata Publishing, 2013)

Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005)

Iman Romansyah S.E, *Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Lampung: 2016)

Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial* (Kuantitatif dan Kualitatif), (Jakarta: Gaung Persada Press, 2010)

M. Nur Rianto Al Arif, dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010)

Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2002

Mawardani, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007)

Murti Sumarni, *Marketing Perbankan*, (Yogyakarta: Liberty, 1998)

Nasution, *Metode Research (penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004)

NurHazirah MdLudin dkk, *An Econometric Analysis of Natural Rubber Market In Malaysia*, Department of Economics and Agribusiness, School of Economics, Finance & Banking, College of Business, Universiti Utara Malaysia (UUM). Vol. 2 No. 8 (juni 2016)

Pawito, *Penelitian Komunikasi*, (Yogyakarta: Pelangi Perkasa, 2007)

Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Indonesia, Pt. Prehllindo, Jakarta, 2002

Rambat & Hamdani, *Ekonomi Manajerial*, edisi ke-1, 2008, Remaja Rodakarya, Bandung

Saut M Togatorop dkk., *Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Petani Lada Di Kecamatan Gunung Labuhan Kabupaten Way Kanan*, jurnal Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Vol. 2, No. 3, (juni 2014).

Setiawan Budi Utomo, *Fiqih Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, (Jakarta: Gema Insani)

Soejono dan Abdurrahman, *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2005)

Suhardi Sigit, *Manajemen Pemasaran*, UST, 2000, Yogyakarta

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif)*, (Bandung: Alfabeta, 2009)

Tim Penerjemah Alquran UII, *Alquran dan Tafsir*. (Yogyakarta: UII Press, 1991), h. 29

Wawan Setiawan Raimon, La Harudu, *Deskripsi Pendapatan Masyarakat Petani Merica Di Kelurahan Hopa-Hopa Kecamatan Wawotobi Kabupaten Konaw*, Jurnal Penelitian Pendidikan Geografi, Vol. 4, No. 2, (April 2019)