

**MEKANISME PENETAPAN HARGA DALAM PANDANGAN EKONOMI  
ISLAM (Studi Pada Rumah Makan Rahman di Depan RS.M. Yunus  
Bengkulu)**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**D. SABNI HARTATO**

**NIM: 1516130123**

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

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

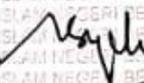
**Skripsi yang ditulis oleh D. Sabni Hartato, NIM. 1516130123 dengan judul "Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Pada Rumah Makan Rahman di Depan RS. M. Yunus Bengkulu)", Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing 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, 29 Juli 2021 M  
18 Dzulhijjah 1442 H**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Drs. M. Syakroni, M.Ag**  
**NIP. 195707061987031003**

  
**Nonie Afrianty, ME**  
**NIP. 199304242018012002**



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

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul **“Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Pada Rumah Makan Rahman di Depan RS. M. Yunus Bengkulu)”**; oleh **D. Sabni Hartato NIM. 1516130123**, Program **Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam**, telah diuji dan dipertahankan di **depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu** pada:

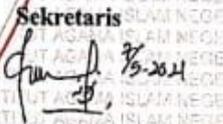
**Hari** : **Jumat**  
**Tanggal** : **20 Agustus 2021 / 11 Muharam 1443 H**

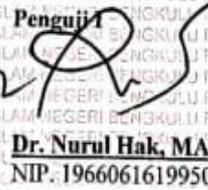
**Dinyatakan LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang **Ekonomi Syariah** dan diberi gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)**.

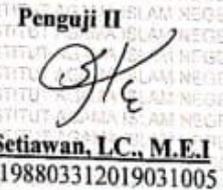
**Bengkulu 27 Agustus 2021 M**  
**18 Muharam 1443 H**

**Tim Sidang Munaqasyah**

**Ketua**  
  
**Dr. Nurul Hak, MA**  
**NIP. 196606161995031002**

**Sekretaris**  
  
**Nonie Afrianty, ME**  
**NIP. 199304242018012002**

**Penguji I**  
  
**Dr. Nurul Hak, MA**  
**NIP. 196606161995031002**

**Penguji II**  
  
**Adi Setiawan, L.C., M.E.I**  
**NIP. 198803312019031005**

**Mengetahui**  
**Pt. Dekan,**  
  
**Dr. Asnaini, M.A**  
**NIP. 197304121998032003**



## *MOTTO*

- ❖ *Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar (Al-Baqarah : 153)*
- ❖ *Memaafkan adalah kemenangan terbaik (Ali Bin Abi Thalib)*

## **PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini kupersembahkan kepada:*

- + Kedua orang tuaku, Ayahandaku Harpan dan ibunda tercinta Maryani yang telah sabar dan memberikan segalanya untukku serta mendoakan segala yang terbaik untukku. Terimakasih atas cinta dan kasih sayang yang telah kalian berikan selama ini. Kalian segalanya buatku dan semoga allah selalu melindungi dan melimpahkan rahmat serta kasih sayangnya sebagaimana mereka menyayangiku.*
- + Saudara-saudaraku tercinta, Lia Junita, Oki mardianto yang selalu memberikan motivasi dan memberikan support kepadaku agar bisa menyelesaikan skripsi ini.*
- + Dosen pembimbing bapak M. Syakroni dan ibu Nonie Afrianty yang telah membimbing dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.*
- + Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.*
- + Seseorang yang selama ini selalu berusaha membantu dan mendukungku dalam kelancaran skripsi ini. Neli Revitasari, terimakasih telah memberi semangat dan selalu sabar membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.*
- + Dan untuk semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, terimakasih ku ucapkan.*
- + Almamater IAIN Bengkulu yang telah menempahku.*

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Skripsi dengan judul “Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Pada Rumah Makan Rahman di Depan RS. M. Yunus Bengkulu)”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang 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 ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 29 Juli 2021 M  
18 Dzulhijjah 1442 H

Mahasiswa yang menyatakan



**D. Sabni Hartato**  
**NIM. 1516130123**

## **ABSTRAK**

Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Pada Rumah Makan Rahman di Depan R.S. M.Yunus Bengkulu)

Oleh: D. Sabni Hartato, Nim: 1516130123

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme penetapan harga di Rumah Makan Rahman dalam perspektif ekonomi Islam. Adapun metode yang dilakukan yaitu dengan langsung meneliti dengan cara bertanya langsung dan menggali informasi terhadap objek penelitian. Dari penelitian tersebut maka diperoleh hasil bahwa. Rumah makan rahman adalah rumah makan yang pelayanannya menggunakan konsep prasmanan, adapun metode penetapan harga pada rumah makan rahman yaitu metode penetapan harga yang berorientasi pada keuntungan penjualan, penetapan harga seperti ini adalah penetapan harga yang baik, yaitu penjual menetapkan harga berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya produksi. Oleh sebab itu maka praktik semacam ini diperbolehkan dan sudah sesuai dengan prinsip syariat Islam.

***Kata Kunci:*** Penetapan Harga, Rumah Makan Prasmanan, Ekonomi Islam

## **ABSTRACT**

*The Mechanism of Pricing in the View of Islamic Economics (Study at Rahman Restaurant in front of R.S.M Yunus Bengkulu)*

*By: D. Sabni Hartato, Nim: 1516130123*

*This study aims to determine the mechanism of pricing at home eating rahman in the perspective of Islamic economics. As for the method used namely by directly researching by asking directly and digging information on the object of research. From this research, the results obtained that. Rahman's restaurant is a restaurant whose service using the buffet concept, as for the pricing method at home eating rahman is a profit-oriented pricing method sales, pricing like this is good pricing, that is the seller sets the price based on the production and marketing costs added with a certain amount so as to cover production costs. By Therefore, this kind of practice is permissible and is in accordance with principles of Islamic law.*

*Keywords: Pricing, Buffet Restaurant, Islamic Economy*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Pada Rumah Makan Rahman di Depan RS.M.Yunus Bengkulu)”. Shalawat dan salam penulis curahkan kepada Rasulullah SAW yang telah memberi suri tauladan yang baik untuk umat Islam.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Zulkarnain Dali, M.Pd., selaku Plt. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, M.A, selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
3. Desi Isnaini, M.A, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu
4. Eka Sri Wahyuni, MM selaku Ketua Program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Nonie Afrianty, ME selaku Pembimbing II yang telah membimbing dalam proses penyusunan skripsi dengan kesabaran.

6. Drs. M. Syakroni, M.Ag selaku Pembimbing I yang telah membimbing dalam proses penyusunan skripsi dengan kesabaran dan keikhlasan.
7. Bapak dan Ibu dosen serta staf karyawan IAIN Bengkulu yang telah mengajar, memberikan banyak ilmu dan pengalaman semasa kuliah.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih terdapat kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini ke depan.

Bengkulu, 29 juli 2021 M  
18 Dzulhijah 1442 H

D. Sabni Hartato  
NIM 1516130123

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Penelitian Terdahulu .....	9
F. Metode Penelitian.....	14
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	14
2. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	15
3. Subjek/Informan Penelitian.....	15
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	16
5. Teknik Analisis Data.....	18

## **BAB II KAJIAN TEORI**

A. Pengertian dan Dasar Hukum Jual Beli Dalam Islam.....	20
1. Pengertian Jual Beli.....	20
2. Jual Beli Dalam Islam .....	21
3. Dasar Hukum Jual Beli Dalam Islam.....	21
B. Teori Harga .....	23
1. Pengertian Harga.....	23
2. Pengertian Harga Dalam Islam .....	26
3. Konsep Harga.....	30
4. Penetapan Harga Secara konvensional.....	32
5. Metode Penetapan Harga Dalam Ekonomi Islam .....	40
C. Pengertian Rumah Makan .....	46

## **BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

A. Profil Rumah Makan Rahman.....	48
B. Sasaran Pembeli Rumah Makan Rahman .....	49
C. Strategi Pemasaran Rumah Makan Rahman .....	49
D. Produk Makanan Rumah Makan Rahman .....	50

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

A. Hasil Penelitian .....	52
1. Penetapan Harga di Rumah Makan Rahman .....	52
2. Pandangan Islam Dalam Metode Penetapan Harga .....	56
B. Pembahasan.....	57
1. Mekanisme Penetapan Harga di Rumah Makan Rahman.....	57

2. Pandangan Islam Dalam Mekanisme Penetapan Harga di Rumah	
Makan Rahman .....	63

**BAB V PENUTUP**

A. Simpulan .....	69
B. Saran-Saran .....	69

DAFTAR PUSTAKA .....	71
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 :Surat Penunjukan Pembimbing

Lampiran 2 :Lembar Bimbingan Skripsi

Lampiran 3 :Pedoman Wawancara

Lampiran 4 :Surat Izin Penelitian

Lampiran 5 :Dokumentasi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Prinsip dasar perdagangan menurut Islam adalah adanya unsur kebebasan dalam melakukan transaksi tukar menukar, tetapi kegiatan tersebut tetap disertai dengan harapan memperoleh keridhoan Allah Swt dan melarang terjadinya pemaksaan. Oleh karena itu agar diperoleh satu keharmonisan dalam sistem perdagangan, diperlukan suatu perdagangan yang bermoral. Hukum Islam merupakan sekumpulan aturan keagamaan yang mengatur perilaku kehidupan kaum muslimin dalam segala aspek. Hukum yang dibawahnya mencakup segala persoalan yang berlaku untuk semua individu muslim yang mukallaf dalam kehidupan masyarakat. Hal ini penting, karena manusia sebagai makhluk sosial tidak terlepas dari hubungan manusia dengan Allah dan hubungan sesama manusia. Hubungan sesama manusia ini lebih dikenal dengan muamalah, muamalah sendiri merupakan segala aturan agama yang mengatur hubungan antara sesama manusia baik seagama maupun tidak seagama yang dapat ditemukan dalam Hukum Islam tentang perkawinan, perwalian, warisan, wasiat, hibah, perdagangan, perburuhan, perkoperasian, sewa, pinjam-meminjam, hukum tata Negara, hukum antar bangsa dan antar golongan, dan sebagainya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Masjfuk Zuhdi, *Studi Islam, (Jilid III Muamalah)*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada,1993) h. 2.

Rasulullah SAW secara jelas telah banyak memberi contoh tentang sistem perdaganganyang bermoral ini. Yaitu perdagangan yang jujur, adil, tidak merugikan kedua belah pihak, seperti perdagangan yang mengandung ketidakjujuran,pemaksaan atau penipuan serta menimbun barang dengan mengorbankan kepentingan orang banyak, mencegat penjualan dalam perjalanan menuju pasar, menyembunyikan informasi untuk keuntungan lebih besar serta mengurangi timbangan dan sebagainya adalah haram.<sup>2</sup>

Dalam perdagangan kita mengenal dengan istilah harga, penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan perdagangan. Harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya suatu produk dalam perdagangan. Salah dalam menentukan harga akan berakbat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya. Harga merupakan, satu-satunya unsur dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan penjualan barang dan jasa, oleh karena itu harga yang ditetapkan penjual harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen.<sup>3</sup>

Oleh karena itu, nilai-nilai syariat mengajak seorang muslim untuk menerapkan konsep tas'ir (penetapan harga) dalam kehidupan ekonomi, menetapkan harga sesuai dengan nilai yang terkandung dalam barang tersebut. Dengan adanya tas'ir maka akan menghilangkan beban ekonomi yang mungkin tidak dapat dijangkau oleh masyarakat, menghilangkan praktik

---

<sup>2</sup>Sayid Sabiq, *Fiqih Sunnah*, alih bahasa oleh Kamaludin A. Marzuki, ( Jakarta:Darul Fath, 2004),h. 35

<sup>3</sup>Kurniwan Saifullah, *Studi Kelayakan Bisnis*,( Jakarta: Kencana,2006),h. 24

penipuan, serta memungkinkan ekonomi dapat berjalan dengan mudah dan penuh kerendahan hati.<sup>4</sup>

Pemerintah maupun otoritas ekonomi tidak mempunyai hak dan wewenang untuk menentukan harga tetap, kecuali pemerintah telah menyediakan para pedagang jumlah yang cukup untuk dijual dengan menggunakan harga yang telah ditentukan oleh pemerintah tersebut. Menurut para ulama Fiqh dalam kondisi apapun penetapan atau pematokan harga yang dilakukan oleh pihak pemerintah merupakan suatu kezaliman. Karena melonjaknya harga di pengaruhi oleh tingginya permintaan maupun faktor alam dan segala bentuk campur tangan pemerintah mengenai penetapan harga tidak di perbolehkan. Jika pemerintah ikut campur tangan dalam penetapan harga ini berarti pemerintah telah berbuat zalim kepada para pihak yang melakukan jual beli yang mengakibatkan rusaknya mekanisme pasar yang sehat.<sup>5</sup>

Dalam konsep ekonomi Islam harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Pengaturan harga ini diperlukan bila kondisi pasar tidak menjamin adanya keuntungan disalah satu pihak, akan tetapi ketika seorang penjual telah menguasai pasar, permainan harga seringkali terjadi. Penjual akan menaikkan harga untuk menghasilkan keuntungan yang lebih banyak. Setiap perorangan memiliki kebebasan untuk berusaha mendapatkan harta dan mengembangkannya.

---

<sup>4</sup>Abdul Sami' Al-Mishari, *Pilar-Pilar Ekonomi Islam, Cet 1*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2006), h.95

<sup>5</sup>Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), h.169

Menurut hukum dagang Islam, berdagang atau berniaga adalah suatu usaha yang bermanfaat yang menghasilkan laba, yaitu sisa lebih setelah adanya kompensasi secara wajar setelah adanya faktor-faktor produksi. Jadi, laba menurut ajaran Islam adalah keuntungan yang wajar dalam berdagang dan bukan riba. Untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan, ada banyak cara yang dilakukan penjual sebagai upaya mempengaruhi konsumen agar membeli barang yang dijualnya dan hal ini sangat wajar dilakukan.

Akan tetapi sering terjadi ketidakstabilan harga di pasar dan kurangnya pengetahuan tentang bagaimana menentukan keuntungan, menjadikan kondisi seperti ini sering dimanfaatkan oleh pihak penjual yang hanya memikirkan keuntungan materi dan menonjolkan keegoisannya tanpa melihat lingkungan sekitar sehingga ujung-ujungnya konsumen yang dirugikan. Masih banyak masyarakat awam yang tidak mengerti faktor apa saja yang harus diperhatikan dalam menentukan berapa besar keuntungan yang boleh diambil dalam perdagangan. Sehingga banyak terjadi adalah harga yang ditentukan sesuai dengan kemauan masing-masing individu tanpa melihat apakah keuntungan yang diambil dari barang yang dijual tersebut sesuai atau tidak menurut Islam.

Sedangkan mekanisme dalam metode penetapan harga ada beberapa metode yaitu.<sup>6</sup>

1. Metode penetapan harga yang kompetitif hal ini selalu berlaku dalam pasar barang dimana terdapat banyak produsen atau penjual.

---

<sup>6</sup>Gary Amstrong, *Menejemen Pemasaran*, ( Jakarta : Erlangga, 1987 ), h.12

2. Menentukan harga trobosan cara ini dipakai pada ketika meluncurkan barang baru, yang menentukan harga pada tingkat yang murah/rendah dengan harapan dapat memaksimalkan volume penjualan.
3. Menetapkan harga berdasarkan permintaan cara ini dipaktek oleh perusahaan jasa.
4. Kepemimpinan harga penentuan harga seperti ini berlaku untuk pasar oligopoli.
5. Menjual barang berkualitas dengan harga rendah, cara ini dilakukan untuk menarik langganan.
6. Kebijakan harga tinggi jangka pendek, cara ini dilakukanketika barang baru dikeluarkan dan karna belum ada persaingan.
7. Dengan penentuan harga semurah mungkin tapi tetap masih dalam kondisi menguntungkan.

Mekanisme penetapan harga adalah suatu cara pertimbangan yang digunakan untuk menentukan bagaimana suatu produk atau barang yang dijual bisa laku dipasaran setelah adanya intraksi permintaan dan penawaran dan juga untuk bisa bersaing dengan perusahaan atau pedagang lainnya. Abu Yusuf mengatakan bahwa mekanisme dalam penetapan harga tidak terlepas dari mekanisme pasar, ia mengatakan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga, pemahamannya saat itu bahwa bila tersedia sedikit barang maka harga akan mahal dan demikian sebaliknya.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islami*, (Jakarta, Kencana, 2008), h. 230

Terdapat berbagai macam bentuk jual beli dan barang yang diperjual belikan. Mulai dari bahan-bahan baku yang berupa bahan mentah sampai pada bahan-bahan yang sudah di olah. Salah satu contoh jual beli bahan yang sudah diolah adalah jual beli makanan. Jual beli makanan bermacam-macam, salah satunya adalah jual beli makanan yang sudah matang seperti nasi dan sebagainya. Jual beli dengan bentuk tersebut biasanya dikenal dengan warung, rumah makan atau restoran yang terdapat di berbagai tempat-tempat umum baik di pinggir jalan, terminal, tempat-tempat wisata dan lain sebagainya. Di kota Bengkulu sendiri khususnya di daerah rumah sakit M.Yunus yang merupakan tempat strategis untuk berjualan makanan, menjamurlah para penjual makanan. Praktik jual beli makanan tersebutpun beraneka ragam, salah satunya adalah jual beli makanan dengan bertemakan prasmanan. Yaitu pembeli atau konsumen mengambil sendiri lauk ataupun makanan yang diinginkannya tanpa perlu dihidangkan terlebih dahulu oleh pemilik rumah makan. Rumah makan bertemakan prasmanan makin banyak digemari oleh konsumen karena disamping dapat mengambil sendiri makanan yang tersedia pembeli juga dapat memilih makanan sesuai dengan seleranya. Hal tersebut membuat sesuatu jadi lebih praktis dan efisien baik bagi pembeli maupun bagi penjual.

Salah satu rumah makan yang bertemakan prasmanan yaitu rumah makan Rahman. Rumah makan rahman yang berdiri pada tahun 2017 pada awalnya rumah makan tersebut tidak menerapkan tema prasmanan, melainkan dengan system penyajian, yaitu orang yang datang ingin makan akan disajikan

oleh karyawan warung makan. Karena berberapa alasan system penyajian tersebut dinilai merepotkan dan kurang efisien maka dirubahlah ke system prasmanan yaitu dimana pembeli mengambil sendiri lauk yang di inginkan dan membayar sesuai harga per lauk. Mekanisme yang digunakan dalam rumah makan ini adalah pembeli mengambil sendiri makanan apa yang diinginkannya. Banyak ataupun sedikit, makanan yang diambil harga pokoknya sama. Sistem jual beli prasmanan yaitu penjual yang membolehkan pembeli yang tentunya ukuran atau porsi dalam mengambil makanan tersebut tidaklah sama tetapi harganya sama, dengan sistem tersebut tentunya akan menimbulkan berbagai reaksi atau tanggapan dari pembeli yang mengetahui terutama dari sisi keadilan dalam penetapan harga.<sup>8</sup>

Konsep penetapan harga di rumah makan rahman tersebut tergolong kedalam sesuatu yang unik, hal inilah yang ingin di angkat oleh peneliti mengenai konsep keadilan dalam harga pada rumah makan rahman. Seseorang dengan orang yang lain tentu memiliki porsi makan yang berbeda tentunya. Ada yang banyak dan ada yang makannya sedikit tetapi harga yang harus di bayar per porsi makan adalah sama. Dan hal itulah yang membuat peneliti ingin mengetahui lebih lanjut mengenai mekanisme penetapan harga pada rumah makan rahman. Dari hasil observasi awal di atas maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat permasalahan mengenai **“Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi**

---

<sup>88</sup>Amin Nurabi, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara observasi awal pada tanggal 12 Oktober 2020

**Islam (Studi Pada Rumah Makan Rahman di Depan RS.M. Yunus Bengkulu)”.**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat di ambil rumusan masalah sebagai berikut

1. Bagaimana mekanisme penetapan harga jual di Rumah Makan Rahman?
2. Bagaimana pandangan Islam dalam mekanisme penetapan harga jual di Rumah Makan Rahman?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui mekanisme penetapan harga di Rumah Makan Rahman.
2. Untuk mengetahui pandangan Islam dalam mekanisme penetapan harga di Rumah Makan Rahman.

**D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis

Dengan adanya penelitian ini tentunya diharapkan akan menambah pengetahuan dan wawasan bagi kita agar bisa mengetahui dan menerapkan ilmu pengetahuan mengenai konsep harga dalam islam dengan benar.

2. Kegunaan Praktis

Dapat memberikan sumbangan pemikiran pada semua pihak yang terkait mengenai masalah penetapan harga sesuai syariat islam. Dan Sebagai formasi untuk memenuhi dan melengkapi syarat dalam penyelesaian naskah skripsi ini , dalam rangka penyelesaian studi untuk

memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Syariah pada Jurusan Ekonomi Islam.

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

Untuk mendukung pembahasan yang lebih mendalam mengenai pembahasan di atas, maka penulis berusaha melakukan kajian pustaka ataupun karya-karya yang mempunyai hubungan dengan permasalahan yang akan di kaji. Adapun penelitian yang terkait terhadap hal ini adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Idris dan Kamirudin bertujuan untuk mengetahui analisis harga dan mekanisme pasar dalam perspektif islam, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian pustaka, dengan berbagai referensi yang terkait dengan tema permasalahan. Disamping itu juga membandingkan pendapat para ahli serta fenomena dan realitas perkembangan ekonomi yang ada. Termasuk data-data pendukung yang sifatnya sekunder. adapun penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: Ketentuan harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah. Sistem Islam menolak menetapkan harga oleh penguasa, karena Allah-lah yang menentukannya. Harga yang terbentuk harus sesuai dengan kekuatan penawaran (supply) dan permintaan (demand) pasar. Olehnya itu harga barang tidak boleh ditetapkan oleh pemerintah, karena ketentuan harga tergantung pada hukum supply and demand. Sistem Islam sangat mendorong harga yang adil dengan mendorong persaingan pasar yang sempurna. Untuk memenuhi harga yang adil perlu adanya moralitas (fair play), kejujuran (honesty), keterbukaan (transparancy) dan keadilan

(justice) serta menghindari segala macam bentuk spekulasi. Jika nilai-nilai ini ditegakkan, maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar. Sistem ekonomi Islam masih memberikan peluang pada kondisi tertentu untuk melakukan intervensi harga (price intervention) oleh pemerintah bila terjadi distorsi pasar, baik yang disebabkan oleh faktor alamiah maupun perilaku menyimpang dari pelaku pasar.<sup>9</sup>

Adapun persamaan dengan penelitian yang akan di teliti adalah penelitian ini sama-sama membahas mengenai harga dalam pandangan ekonomi islam. Adapun perbedaan yang mendasar pada penelitian ini adalah membahas mengenai harga pasar dalam perspektif islam secara luas sedangkan penelitian yang akan di teliti adalah mengenai sistem penetapan harga dalam arti sempit yaitu hanya terfokus pada penetapan harga pada rumah makan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Syahpawi bertujuan untuk membahas perbandingan konsep harga pasar dalam islam dan konvensional metode yang digunakan dalam penelitian yaitu melakukan kajian pustaka dan melakukan pendekatan penelitian yang berkaitan dengan pembahasan dan menganalisis data tersebut. Adapun hasil penelitian yang didapat yaitu konsep harga secara konvensional sangat berbeda dengan system yang dilakukan oleh islam. Islam memandang harga di komandoi oleh dua factor yaitu melalui hukum tabi' dan hukum syar'i, hukum tabi' sebagai aksentuasi permintaan dan penawaran sedangkan hukum syar'i berfokus

---

<sup>9</sup>Idris Prakassi dan Kamiruddin, "Analisis Harga Dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam", *LAA MAYSIR*, Vol. 5 , No 1, Tahun 2018

pada pentingnya pengawasan pemerintah sebagai pengatur harga dalam pemasaran.<sup>10</sup>

Adapun persamaan penelitian ini yaitu sama sama meneliti konsep harga dalam islam sedangkan perbedaannya penelitian ini menganalisis perbedaan konsep harga dalam islam dan konvensional dengan menganalisis hukum permintaan dan penawaran sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti hanya focus pada konsep harga dalam islam.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Yolandari bertujuan untuk mengetahui bagaimana penetapan harga penjualan batu bata di Desa Sinar Pagi Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, penulis menggunakan metode kualitatif yaitu dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap objek penelitian yang akan diteliti dan memperoleh hasil kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan tersebut. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa sistem penetapan harga penjualan batu bata di Desa Sinar Pagi Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur bahwa pembuat batu bata menjual batu batanya dengan harga penjualan yang lebih rendah jika sedang mengalami keadaan kesulitan ekonomi serta dengan menjual batu batanya dengan harga yang lebih rendah maka hal ini dilakukan supaya adanya kemudahan di dalam kesulitan ekonomi pembuat batu bata dan untuk mencukupi kebutuhan

---

<sup>10</sup>Syahpawi, "Konsep Harga Pasar Dalam Islam Dhaman Al-Mithl", *Jurnal Ilmiah Keislaman*, Vol. 8, No. 1, Tahun 2009

perekonomiannya. Oleh sebab itu maka praktik semacam ini dibolehkan dan sudah sesuai dengan prinsip syariat Islam.<sup>11</sup>

Adapun persamaan dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu sama-sama meneliti masalah penetapan harga dan adapun perbedaannya adalah objek penelitian itu sendiri. Penelitian yang dilakukan oleh yolandari yaitu system penetapan harga penjualan batu bata sedangkan objek penelitian yang akan penulis teliti adalah mengenai konsep keadilan harga pada rumah makan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Romlah bertujuan untuk mengetahui apakah pedagang di pasar panorama Bengkulu menggunakan penetapan harga dalam menjual barang dagangan nya adapun metode yang dilakukan yaitu dengan langsung meneliti dengan cara bertanya langsung dan menggali informasi terhadap objek penelitian dan dari penelitian tersebut maka diperoleh hasil sebagai berikut, pedagang pakaian jadi dipasar Panorama kota Bengkulu tidak menggunakan metode penetapan harga, tetapi disini hanya memperhitungkan bagaimana tidak mengalami kerugian dan modal tidak berkurang dalam proses penjualan, hanya mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan dari setiap pengambilan barang. Maka dapat disimpulkan bahwa harga yang diberlakukan oleh pedagang pakaian jadi dipasar Panorama kota Bengkulu sudah sesuai dalam Ekonomi Islam, karena keuntungan yang mereka peroleh juga

---

<sup>11</sup>Yolandari, “*Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Penjualan Batu Bata Di Desa Sinar Pagi Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur*”, (Skripsi: Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu). 2019.

sesuai dalam Ekonomi Islam karena manfaat dari keuntungan tersebut untuk berjalannya usaha mereka.<sup>12</sup>

Persamaan penelitian dengan penelitian penulis sama-sama membahas tentang penetapan harga dan menggunakan sumber data kualitatif, adapun perbedaannya apabila pada skripsi saudari Siti Romlah permasalahan yang dikaji dan diteliti yakni tidak menggunakan metode penetapan harga, tetapi disini hanya memperhitungkan bagaimana tidak mengalami kerugian dan modal tidak berkurang dalam proses penjualan, hanya mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan dari setiap pengambilan barang. Sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh penulis yaitu meneliti keadilan dalam penetapan harga pada rumah makan rahman.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Khasanah bertujuan untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai mekanisme penetapan harga dan mekanisme jual beli minyak tanah yang dilakukan di desa bawak, kec, cawas, kab. Klaten. Adapun metode yang digunakan adalah penelitian lapangan, sifat dari penelitian ini adalah perspektif yakni dengan menyusun dan mengevaluasi lalu memberikan penilaian terhadap realitas yang ada di lapangan dengan menggunakan pendekatan normatif. Dari hasil penelitian setelah di analisa dan di evaluasi, maka dapat ditarik kesimpulan dan penilaian bahwa mekanisme penetapan harga yang dilakukan di desa bawak tersebut tidak sesuai dengan hukum Islam.

Disebabkan oleh ketidakjujuran penjual mengenai harga eceran tertinggi

---

<sup>12</sup>Siti Romlah, “*Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Sistem Penetapan Harga Pakaian Jadi Oleh Pedagang Di Pasar Panorama Kota Bengkulu*”, (Skripsi: Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu), 2017

kepada pembeli. Selain itu, dalam penetapan harga telah melanggar dari ketetapan harga yang telah ditentukan oleh agen. Pada mekanisme jual beli minyak tanah di pangkalan telah memenuhi rukun dan syarat yang sesuai dengan hukum islam. Sekalipun mekanisme jual beli minyak tanah di pangkalan telah sesuai dengan hukum islam, akan tetapi terdapat unsur penipuan di dalamnya.<sup>13</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan di teliti yaitu sama-sama membahas mengenai penetapan harga dalam islam namun terdapat perbedaan yang mendasar terhadap penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian ini meneliti tentang harga jual beli minyak tanah yang didalamnya terdapat unsur penipuan sedangkan penelitian yang akan penulis teliti yaitu meneliti mengenai keadilan harga dalam jual beli yang terdapat di rumah makan yang bertemakan prasmanan.

## **F. Metode Penelitian**

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

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

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan bertanya dan melihat secara langsung ke suatu objek penelitian yang dimaksud, guna untuk mengetahui seperti apa mekanisme penetapan harga pada rumah makan rahman.

---

<sup>13</sup>Nurul Khasanah, "*Perspektif Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Jual Minyak Tanah Di Desa Bawak Kec.Cawas Kab.Klaten*", (Skripsi: Prodi Muamalat, Fakultas Syariah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta), 2008

b. Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif digunakan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari informan dan perilaku yang dapat diamati.<sup>14</sup> dengan metode yang digunakan adalah metode deskriptif, Metode deskriptif adalah metode yang dilakukan dengan cara menggambarkan, menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan rumah makan Rahman yang bertemakan prasmanan dan seperti apa kinerjanya.

## 2. Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Waktu

Waktu penelitian ini dihitung mulai dari 12 Oktober 2020 sampai dengan 6 Mei 2021

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di objek penelitian itu sendiri yaitu di rumah makan Rahman depan Rumah Sakit M.Yunus Bengkulu.

## 3. Subjek/Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti pada saat peneliti melakukan penelitian.

Informan dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik dan 2 orang

---

<sup>14</sup>Indriantoro, Nur, Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta. BPFE Yogyakarta, 2012), h. 74

<sup>15</sup>Sukardi. *Metodologi penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h.78

karyawan ditambah dengan 2 orang pembeli. Peneliti akan lebih memfokuskan kepada pemilik usaha guna mendapatkan jawaban yang akurat.

#### **4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

##### **a. Sumber Data**

Sumber data yang akan dikumpulkan oleh peneliti pada penelitian ini terbagi menjadi 2 (dua) sumber, yaitu:

##### **a) Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber utamanya. Sehingga data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu, pemilik warung makan, karyawan dan pembeli.

##### **b) Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang mendukung atas penelitian yang akan dibahas, yang diperoleh dari hasil studi perpustakaan, bahan bacaan ataupun data. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada baik dari perpustakaan atau dari laporan-laporan peneliti terdahulu. Data sekunder juga data tersedia (landasan teori).<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>Masruhan, *Metodologi Penelitian Hukum...*, h. 94

b. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, penulis akan mengumpulkan data dengan memperoleh dua sumber data. Teknik dilakukan dengan:

a) Observasi

Observasi adalah penelitian atau pengamatan secara langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi dan mengetahui permasalahan yang diteliti. Observasi menurut kenyataan yang terjadi di lapangan dapat diartikan dengan kata-kata yang cermat dan tepat apa yang diamati, mencatatnya kemudian mengelolanya dan diteliti sesuai dengan cara ilmiah. Dalam hal ini peneliti akan mengadakan penelitian dengan cara mengumpulkan data secara langsung melalui pengamatan di lapangan terhadap aktifitas yang akan dilakukan untuk mendapatkan data tertulis yang dianggap relevan.

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan observasi terstruktur yaitu observasi yang dilakukan menggunakan panduan observasi.<sup>17</sup>

b) Wawancara

Selain menggunakan teknik observasi, peneliti juga menggunakan teknik wawancara. Wawancara adalah salah satu bentuk komunikasi secara respon antara penanya dan narasumber

---

<sup>17</sup>Arikunto Suharsimi. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Prenada Media, 2013), h. 264

yang bertujuan untuk memperoleh informasi. Dalam hal ini peneliti mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pemilik dan karyawan serta pembeli di rumah makan rahman.

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan untuk merekam dan menyimpan berbagai data penting yang dihasilkan oleh kegiatan. Kegiatan dokumentasi pada penelitian digunakan untuk mendapatkan gambar atau foto pada saat melakukan penelitian. Dalam hal ini penulis mencari data yang berkaitan dengan proses jual beli yang ada pada rumah makan rahman.

## 5. Teknik Analisis Data

Menurut Huberman pada buku Pawito, Dalam Model ini ada tiga komponen analisa, diantaranya sebagai berikut.<sup>18</sup>

### 1. Reduksi Data

Reduksi merupakan proses pemilihan pemusatan perhatian pada penyederhanaan data “kata” yang muncul dalam catatan-catatan tertulis dilapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian, reduksi data merupakan bentuk analisa yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data. Dalam hal ini, data yang dimaksud adalah data yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara, dokumen-dokumen organisasi yang masih terkumpul menjadi satu atau disebut juga data

---

<sup>18</sup>Pawito, *Penelitian Komunikasi*, (Yogyakarta: Pelangi Perkasa, 2007), h.104-106

kasar. Dengan reduksi data, maka data yang tidak diperlukan akan dibuang.

## 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data, peneliti akan dapat memahami apa yang sedang terjadi maupun yang sudah terjadi, dengan demikian data yang sudah diperoleh lapangan akan diambil kesimpulan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.

## 3. Penarikan serta pengujian kesimpulan

Kesimpulan yang akan di ambil ditangani secara longgar dan tetap terbuka, sehingga kesimpulan yang semula belum jelas, kemudian akan meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan tepat. Kesimpulannya ini juga diverifikasikan selama penelitian berlangsung dengan maksud menguji kebenaran, ketepatan, dan mencocokkannya pada validitasnya. Sehingga penelitian yang sudah dilakukan, dapat diketahui kebenarannya dengan menggunakan penarikan dan pengujian kesimpulan.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **G. Pengertian Dan Dasar Hukum Jual beli Dalam Islam**

##### **1. Pengertian Jual Beli**

Perdagangan atau perniagaan adalah kegiatan tukar menukar barang atau jasa atau keduanya yang berdasarkan kesepakatan bersama bukan pemaksaan. Pada masa awal sebelum uang ditemukan, tukar menukar barang dinamakan barter yaitu menukar barang dengan barang. Pada masa modern perdagangan dilakukan dengan penukaran uang. Setiap barang dinilai dengan sejumlah uang. Pembeli akan menukar barang atau jasa dengan sejumlah uang yang diinginkan penjual. Dalam perdagangan ada orang yang membuat yang disebut produsen. Kegiatannya bernama produksi. Jadi, produksi adalah kegiatan membuat suatu barang. Ada juga yang disebut distribusi. Distribusi adalah kegiatan mengantar barang dari produsen ke konsumen. Konsumen adalah orang yang membeli barang. Konsumsi adalah kegiatan menggunakan barang dari hasil produksi.<sup>19</sup>

Jual beli adalah transaksi antara satu orang dengan orang yang lain yang berupa tukar-menukar suatu barang dengan barang yang lain berdasarkan tata cara atau akad tertentu. Pada kenyataannya dalam kehidupan sehari-hari, pengertian dari jual beli adalah penukaran barang

---

<sup>19</sup>Wikipedia bahasa indonesia, dikutip dari <https://id.wikipedia.org/wiki/perdagangan>. Pada hari Rabu, tanggal 1 Juli 2020, pukul 14.10 WIB

dengan uang. Sedangkan penukaran barang dengan barang tidak lazim disebut jual beli, melainkan disebut barter.<sup>20</sup>

## 2. Jual Beli Dalam Islam

Islam merupakan agama yang telah disempurnakan oleh Allah SWT. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al Maidah Ayat 3 yang berbunyi :

الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا

Artinya: “*Pada hari ini telah Aku sempurnakan untukmu agamamu, dan telah Aku cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Aku ridhai Islam sebagai agama bagimu ...*”<sup>21</sup>

Islam sebagai agama yang sempurna telah mencakup segala aspek kehidupan manusia, sebagai pedoman hidup manusia agar dapat memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat. Salah satu aspek yang diatur dalam Islam adalah yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi. Manusia melakukan kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia seperti sandang, pangan, dan papan. Salah satu kegiatan ekonomi yang sering dilakukan oleh manusia adalah kegiatan jual beli.

## 3. Dasar Hukum Jual Beli Dalam Islam

---

<sup>20</sup>Islami Wiki, *Pengertian Jual Beli, Hukum, Syarat Dan Rukunnya Yang Sah* dikutip dari <https://islamiwiki.blogspot.com>. Pada Hari Rabu, Tanggal 1 Juli 2020, Pukul 14.10 WIB

<sup>21</sup>Departemen agama RI, *Al Maidah Ayat 3, AL-Quran Dan Terjemahan*, Bandung Diponegoro, 2007

Aktivitas jual beli merupakan suatu kegiatan yang biasa dilakukan oleh masyarakat sejak zaman dahulu. Aktifitas jual beli telah mengantongi izin sejak awal islam hal tersebut dibuktikan dengan adanya dalil-dalil al-quran yang menjelaskan mengenai kehalalan dalam jual beli, salah satunya yang tertera dalam al-quran surah al-baqarah ayat 275 yang berbunyi:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “..padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*..”<sup>22</sup>

Ayat di atas dengan tegas memberikan seruan kepada kaum muslimin bahwa Allah menghalalkan manusia untuk bermuamalat, baik dalam bentuk perdagangan maupun dalam bisnis lainnya. Sementara itu Allah mengharamkan segala bentuk jual beli yang mengandung *riba*. *Riba* merupakan bentuk *mall* praktik bisnis yang memuat unsur bathil, fasad dan zalim yang pada akhirnya akan mengakibatkan penderitaan bagi salah satu pihak.<sup>23</sup>

Hukum dagang adalah ilmu yang mengatur hubungan antara suatu pihak dengan pihak lain yang berkaitan dengan urusan-urusan dagang.<sup>24</sup>

Definisi lain menyatakan bahwa hukum dagang merupakan serangkaian norma yang timbul khusus dalam dunia usaha atau kegiatan perusahaan.

Hukum dagang masuk dalam kategori hukum perdata, tepatnya hukum

---

<sup>22</sup>Departemen agama RI, *Al Baqarah Ayat 275, AL-Quran Dan Terjemahan*, Bandung Diponegoro, 2007

<sup>23</sup>Muhammad Dan R.Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran Tentang Etika Dan Bisnis*, (Jakarta:Salemba Diniyah, 2002), h.141

<sup>24</sup>Halim, A. Ridwan, *Hukum Dagang dalam Tanya Jawab*. Jakarta: Ghalia Indonesia dikutip dari Wikipedia. Pada Hari Rabu, Tanggal 1 Juli 2020, Pukul 14.30 WIB

perikatan. Alasannya karena hukum dagang berkaitan dengan tindakan manusia dalam urusan dagang. Oleh karena itu hukum dagang tidak masuk dalam hukum kebendaan. Kemudian hukum dagang juga berkaitan dengan hak dan kewajiban antarpihak yang bersangkutan dalam urusan dagang. Hukum perikatan mengatur hal ini. Itulah sebabnya hukum dagang dikategorikan ke dalam hukum perikatan. Hukum perikatan adalah hukum yang secara spesifik mengatur perikatan-perikatan dalam urusan dagang.<sup>25</sup>

## **B. Teori Harga**

### **1. Pengertian Harga**

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Harga harus sesuai dengan nilai produk yang ditawarkan, kalau tidak pembeli akan membeli produk pesaing.<sup>26</sup>

Harga juga diartikan sebagai alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber-sumber yang langka, harga menentukan apa yang akan diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang atau jasa yang diproduksi (permintaan).<sup>27</sup>

Dalam arti yang paling sempit, harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Harga adalah juga salah satu

---

<sup>25</sup>Halim, A. Ridwan, *Hukum Dagang dalam Tanya Jawab*. Jakarta: Ghalia Indonesia dikutip dari Wikipedia. Pada Hari Rabu, Tanggal 1 Juli 2020, Pukul 14.30 WIB

<sup>26</sup>Philip Kotler, *Marketing*, alih bahasa oleh Herujati Purwoto, Jilid ke-1, (Jakarta: Erlangga, 1999), h. 41.

<sup>27</sup>William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa oleh Yohanes Lamarto, Ed ke-7, Jilid ke-1, (Jakarta: Erlangga, 1984), h. 306.

elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran. Pada saat yang sama, penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran. Namun, banyak perusahaan yang tidak menangani harga dengan baik. Kesalahan-kesalahan yang biasa terjadi adalah: penetapan harga terlalu berorientasi pada biaya: harga tidak cukup direvisi untuk merefleksikan perubahan pasar: penetapan harga yang tidak memperhitungkan elemen bauran pemasaran lainnya: dan harga yang tidak bervariasi untuk produk-produk, segmen pasar, dan tujuan pembelian yang berbeda.<sup>28</sup>

Dalam berbagai usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu kunci strategi akibat dari berbagai hal seperti deregulasi (aturan atau sistem yang mengatur), persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi dan peluang usaha bagi yang menepati pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan dan juga mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek.

Harga adalah satu-satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan semua elemen lainnya hanya mewakili harga. Harga adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen jalur distribusi. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat yang sama penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran.

---

<sup>28</sup>Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Ed. 8, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 439-440

Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal.

Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli. Bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik penjual, apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penetapan harga yang tidak diinginkan oleh pembeli (dalam hal ini sebagian masyarakat) bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan, reaksi penolakan itu bisa diekspresikan dalam berbagai tindakan yang kadang-kadang mengarah pada tindakan narkis atau kekerasan yang melanggar norma hukum. Menurut Rachmat Syafei harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya harga dijadikan penukaran barang yang diridhai oleh kedua pihak yang melakukan akad.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup>Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2000), h, 87

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad.

Sebenarnya banyak masalah yang dikaitkan dengan penetapan harga diawali dari hal-hal yang sederhana yang mengerti oleh kita. Dalam teori ekonomi dikatakan bahwa harga, nilai dan manfaat merupakan konsep yang saling berkaitan. Harga yang dikenal sehari-hari adalah nilai yang disebut dalam rupiah dan sen atau medium lainnya sebagai alat tukar. Masalah-masalah praktis yang berhubungan dengan harga dan definisi harga secara sederhana akan timbul pada waktu kita menyebutkan harga satu kilo buah apel atau harga sebuah meja.<sup>30</sup>

## 2. Pengertian Harga Dalam Islam

Konsep harga menurut Ibnu Taimiyah, harga yang adil pada hakikatnya telah ada digunakan sejak awal kehadiran agama Islam Al-Quran sendiri sangat menekan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Oleh karena itu adalah hal wajar jika keahlian juga diwujudkan dalam aktivitas pasar khususnya harga, dengan ini Rasulullah menggolongkan riba sebagai penjualan yang terlalu mahal yang melebihi kepercayaan konsumen. Dijelaskan dalam firman Allah dalam surat Al-baqarah:278 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ٢٧٨

---

<sup>30</sup>Wiliem J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga 1984), h. 306-307

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa-sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman (Al-Baqarah: 278)<sup>31</sup>*

Ayat diatas menjelaskan bahwasanya perintah untuk bertakwa kepada Allah dan meninggalkan segala bentuk riba dalam arti yang sebenarnya, karena sifat atau ciri-ciri orang beriman adalah mengikuti perintah Allah.

Istilah harga yang adil telah disebutkan dalam beberapa hadist Nabi dalam konteks kompensasi seorang majikan membebaskan budaknya dalam hal ini budak tersebut menjadi manusia merdeka dan pemiliknya memperoleh kompensasi yang adil (qimqh al-adl) istilah yang sama juga telah pernah digunakan sahabat Nabi yakni Umar Ibn Khatab. Ketika menetapkan nilai baru untuk diyat, setelah daya beli dirham mengalami penurunan mengakibatkan kenaikan harga-harga.

Para Fuqaha telah menyusun berbagai aturan transaksi bisnis juga menggunakan konsep harga didalam kasus penjualan barang-barang cacat. Para Fuqaha berfikir bahwa harga yang adil adalah harga yang dibayar untuk objek serupa, oleh karena itu mereka mengenalnya dengan harga setara. Ibnu Taimiyah merupakan orang pertama kali menaruh perhatian terhadap permasalahan harga adil. Ia sering menggunakan dua istilah ini yaitu kompensasi yang setara dari harga yang setara.

---

<sup>31</sup>Departemen Agama RI, Al Baqarah Ayat 278, Al-Quran Dan Terjemahan, Bandung Diponegoro, 2007

Harga dalam pandangan Islam pertama kali terlihat dalam hadist yang menceritakan bahwa ada sahabat yang mengusulkan kepada Nabi untuk menetapkan harga dipasar Rasulullah menolak tawaran itu dan mengatakan bahwa harga dipasar tidak boleh ditetapkan karena Allah-lah yang menentukannya, sungguh menakjubkan teori Nabi tentang harga dan pasar. Kekaguman ini karena ucapan Nabi SAW itu mengandung pengertian bahwa harga pasar itu sesuai dengan kehendak Allah SWT.

Menurut pakar Ekonomi Kontemporer teori inilah yang diadopsi oleh bapak Ekonomi Barat Adam Smith dengan nama teorinya invisible hands, menurut teori ini pasar-pasar akan diatur oleh tangan-tangan yang tidak kelihatan, oleh karena itu harga disebut berdasarkan dengan teori permintaan dan penawaran.

Harga juga dipengaruhi oleh tingkat-tingkat kepercayaan terhadap orang-orang yang terlibat dalam transaksi. Bila seorang yang terpercaya dan dianggap mampu dalam membayar kredit, maka penjual akan senang melakukan transaksi dengan orang tersebut. Tapi bila kredibilitas (kekuatan untuk menimbulkan kepercayaan) seseorang dalam masalah kredit telah diragukan, maka penjual akan ragu untuk melakukan transaksi dengan orang tersebut. Tetapi bila kredibilitas seseorang dalam masalah kredit telah diragukan, maka penjual akan ragu untuk melakukan transaksi dengan orang tersebut dan cenderung memasang harga tinggi.

Pada masa Khulafah Rasyidin para Khalifah pernah melakukan investasi pasar baik pada sisi penawaran maupun permintaan. Intervensi ini

dilakukan para Khalifah dari sisi permintaan adalah mengatur jumlah barang yang ditawarkan seperti yang dilakukan oleh Khalifah Umar Ibn al-Khatab ketika mengimpor gandum dari Mesir untuk mengendalikan harga gandum di Madinah. Sedangkan intervensi disisi permintaan dilakukan dengan menanam sikap sederhana dan menjauhkan dari sifat konsumerisme. Investasi pasar juga dilakukan dengan pengawasan pasar (hisbah). Dalam pengawasan pasar Rasulullah menunjuk Said Ibn Zaid Ibn Al-Ash sebagai kepala pusat pasar di Mekah.<sup>32</sup>

Akmad Mujahidin mengatakan bahwa pada masa kepemimpinan Rasul dimana Rasul tidak mahu menetapkan harga. Hal demikian menunjukkan bahwa ketentuan harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah hal ini dilakukan ketika pasar dalam keadaan normal akan tetapi apabila tidak dalam keadaan sehat yakni terjadi kezaliman seperti adanya kasus penimbunan, riba dan penipuan, maka pemerintah hendaknya dapat bertindak untuk menentukan harga pada tingkat yang adil sehingga dari penetapan harga tersebut tidak adanya pihak yang dirugikan. Dengan demikian pemerintah hanya memiliki wewenang untuk menentukan harga apabila terjadi praktek kezaliman pada pasar, namun dalam kondisi normal harga diserahkan pada kesepakatan antara pembeli dan penjual.<sup>33</sup>

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi: “penetapan harga mempunyai dua bentuk: ada yang boleh dan ada yang

---

<sup>32</sup>Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Jogyakarta: Ekonosia, 2004), h. 32

<sup>33</sup>Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada), h. 172

haram, yang haram adalah Tas'ir, sedangkan yang boleh adalah yang adil".<sup>34</sup>

Sedangkan menurut Al-Ghazali mengenai harga menunjukkan kepada kurva penawaran yang positif ketika menyatakan jika petani tidak mendapatkan pembeli bagi harga-harga produknya ia akan menjual pada harga yang rendah, ketika harga makanan yang tinggi harga tersebut harus didorong kebawah dengan menurunkan permintaan yang berarti menggeser kurva permintaan kekiri.<sup>35</sup>

### 3. Konsep Harga

Buchari Alma mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan *utility* merupakan konsep yang paling berhubungan dengan penetapan harga. Yang dimaksud dengan *utility* dan *value* sebagai berikut .<sup>36</sup>

1. *Utility* adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan, dan memuaskan konsumen.
2. *Value* adalah nilai suatu produk untuk ditukar dengan produk lain, nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu ditukar dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran barang dengan barang. Sekarang ini kegiatan perekonomian tidak melakukan

---

<sup>34</sup>Yusuf Al-Qardawi, *Norma dan Etika Dalam Ekonomi Islam*, alih bahasa oleh Zainal Arifin dan Dahlia Husein, (Jakarta: Gema Insani, 1997), h. 257

<sup>35</sup>Abu Hamid Muhammad Bin Muhammad Bin Ahmad Al-Ghazali Al-Tusi, *Ihya Umuludin*, terjemahaan Moh Zuhri, (Semarang: CV. Asy-syifa 1992), h. 56

<sup>36</sup>Buchari Alma, *manajemen Dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta 2005), h. 169

barter lagi tetapi telah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang

Definisi diatas memberikan arti bahwa harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai untuk mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan konsumen. Telah dijelaskan diatas bahwa utilitas merupakan atribut yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu. Secara garis besar terdapat lima jenis pokok utilitas, yakni:<sup>37</sup>

1. Utilitas bentuk (*Form Utility*), hubungan dengan proses produksi/konversi yaitu perubahan fisik atau kimiawi yang membuat suatu produk menjadi lebih bernilai. Meskipun demikian, pemasaran berpengaruh pula terhadap penciptaan utilitas bentuk, misalnya riset pemasaran mengenai ukuran, bentuk, warna dan fitur produk yang akan dihasilkan. Salah satu contoh utilitas bentuk adalah kayu yang telah dibentuk menjadi kursi, meja dan peralatan mebel lainnya.
2. Utilitas tempat (*Place Utility*) terbentuk jika produk tersedia di lokasi-lokasi tempat konsumen ingin membelinya. Contohnya, sepatu Nike akan memiliki utilitas tempat apabila sudah dikirim dari pabrik ke gerairitel seperti mal atau toserba.
3. Utilitas waktu (*time utility*), tercipta apabila suatu produk tersedia saat dibutuhkan oleh para pelanggan potensial. Sebagai contoh, kartu Natal dan Tahun Baru dapat saja diproduksi di bulan Mei, namun belum dipasarkan hingga akhir November atau awal Desember. Dengan

---

<sup>37</sup>Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra dan Dadi Andriana, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), h. 465-466

menyimpan kartu natal dan Tahun Baru hingga saat dibutuhkan, pemasar telah menciptakan utilitas waktu.

4. Utilitas informasi (*information utility*) tercipta dengan jalan menginformasikan calon pembeli mengenai keberadaan atau ketersediaan suatu produk. Bila konsumen belum mengetahui keberadaan suatu produk dan tempat penjualannya, produk bersangkutan belum ada nilainya. Salah satu bentuk khusus utilitas informasi adalah utilitas citra (*image utility*) yang berupa nilai emosional atau psikologis yang diasosiasikan dengan produk atau merek tertentu. Utilitas citra biasa dijumpai pada produk- produk prestius seperti busana rancangan desainer ternama (seperti almarhum Giana Versace), mobil mewah (Jaguar, Porsche, Roll Royce, BMW, Mercedes dan lain-lain) dan seterusnya.
5. Utilitas kepemilikan (*possession/ownership utility*) tercipta jika terjadi transfer kepemilikan atau hak milik atas suatu produk dari produsen ke konsumen. Dengan kata lain utilitas ini berbentuk kalau ada transaksi pembelian produk atau jasa

#### **4. Penetapan Harga Secara Konvensional**

##### **1. Indikator Penentuan Harga**

Penetapan harga memainkan peranan penting di dalam persaingan usaha retailing. Dengan demikian kebijakan penetapan harga sangat penting dan harus dipikirkan dengan hati-hati agar tujuan perusahaan

dapat tercapai, Menurut Stanton, indikator yang mencirikan harga yaitu :<sup>38</sup>

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

## 2. Metode Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga, ada berbagai macam metode yang dapat digunakan. Penetapan harga biasanya dilakukan untuk menambah nilai atau besarnya biaya produksi yang diperhitungkan terhadap biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memproses barang ataupun jasa. Dalam menetapkan harga jual suatu produk, suatu perusahaan harus memperhatikan berbagai pihak seperti konsumen akhir, penyalur, pesaing, penyuplai dana, para pekerja, dan pemerintah. Karena tingkat harga tidak terlepas dari daya beli konsumen, reaksi para pesaing, jenis produk dan elastisitas permintaan serta tingkat keuntungan perusahaan.

Kotler menyebutkan beberapa rincian pada prosedur enam langkah dalam menetapkan harga:<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup>William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa oleh Yohanes Lamarto, Ed ke-7, Jilid ke-1, (Jakarta: Erlangga, 1984), h.308

<sup>39</sup>Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, Erlangga, Jakarta, 2009, hlm. 76

- a. Memilih Tujuan dalam Penetapan Harga: perusahaan harus memposisikan penawaran pada pasar, karena semakin jelas tujuan perusahaan maka semakin mudah perusahaan menetapkan harga.
- b. Menentukan Permintaan: Setiap harga mengarah ke tingkat permintaan yang berbeda dan karena itu akan memiliki berbagai dampak pada tujuan pemasaran perusahaan. Umumnya permintaan berhubungan terbalik atau semakin tinggi harga maka akan semakin rendah permintaan. Kadang konsumen menerima harga mahal untuk mengindikasikan produk yang lebih baik, meskipun jika harga terlalu tinggi, tingkat permintaan mungkin akan turun.
- c. Memperkirakan Biaya: Permintaan menetapkan batas atas harga yang dapat dikenakan perusahaan untuk memproduksinya. Karena perusahaan ingin mengenakan harga yang dapat menutupi biaya produksi, distribusi, penjualan termasuk tingkat pengembalian yang wajar untuk usaha dan resikonya. Tetapi ketika perusahaan menetapkan harga produk yang dapat menutupi biaya penuh mereka, profitabilitas tidak selalu menjadi hasil akhirnya.
- d. Menganalisis Biaya, Harga, dan Penawaran Pesaing: Perusahaan harus mempertimbangkan harga pesaing terdekat jika penawaran dari perusahaan tidak mengandung fitur yang tidak 35 ditawarkan oleh pesaing terdekat, perusahaan harus mengevaluasi nilai mereka bagi pelanggan dan menambahkan nilai itu ke harga pesaing. Jika penawaran pesaing mengandung beberapa fitur yang tidak

ditawarkan oleh perusahaan, perusahaan harus mengurangi nilai mereka dari harga perusahaan. Maka saat ini perusahaan dapat menentukan apakah perusahaan dapat mengenakan lebih banyak, sama, atau kurang dari pesaing. Pengenalan harga baru perubahab harga lama dapat memprovokasi respons dari pelanggan, pesaing, distributor bahkan pemerintah. Salah satu cara untuk mengasumsikan pesaing bereaksi dalam cara standar terhadap harga standar terhadap harga yang ditetapkan atau diubah. Sekarang perusahaan harus meneliti situasi keuangan saat ini, penjualan terbaru, pasar, pesaing akan menyesuaikan diri dengan perubahan harga

e. Memilih metode penetapan harga: Perusahaan memilih metode penetapan harga yang mencakup satu atau lebih dari tiga pertimbangan, terdapat enam metode dalam penetapan harga, yaitu:

1. Penetapan Harga Markup Metode penetapan harga paling mendasar adalah menambah markup standar ke biaya produk. Sampai saat ini penetapan harga markup masih populer karena penjual dapat menentukan biaya jauh lebih mudah daripada memperkirakan permintaan, kemudian harga cenderung sama dan persaingan harga terminimalisasi ketika perusahaan dalam industri menggunakan metode ini, dan terakhir banyak orang

merasa bahwa penetapan harga biaya plus lebih adil bagi pembeli dan penjual.

2. Penetapan harga tingkat pembelian sasaran Perusahaan menentukan harga yang akan menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi sarasannya.
  3. Penetapan harga nilai anggapan Nilai anggapan terdiri dari beberapa elemen seperti citra pembeli akan kinerja produk, kemampuan penghantaran dari saluran, kualitas jaminan, dukungan pelanggan, dan atribut yang kurang dominan seperti reputasi pemasok, kepercayaan dan harga diri.
  4. Penetapan harga nilai Metode yang menciptakan harga murah kepada konsumen untuk menarik perhatian konsumen dengan tidak mengabaikan kualitas produk perusahaan.
  5. Penetapan harga going-rate Perusahaan mendasarkan sebagian besar harganya pada harga pesaing, mengenakan harga yang sama, lebih mahal atau lebih murah dibandingkan harga pesaing utama.
  6. Penetapan harga jenis lelang Penetapan harga jenis lelang dilakukan untuk membuang persediaan lebih atau barang bekas.
- f. Memilih Harga Akhir, Metode penetapan harga mempersempit kisaran dari mana perusahaan harus memilih harga akhirnya.

Dalam memilih harga itu, perusahaan harus mempertimbangkan faktor – faktor tambahan, di antaranya:

1. Dampak Kegiatan Pemasar Lain Harga akhir harus memperhitungkan kualitas dan iklan merek relatif terhadap kompetisi. Merek dengan kualitas relatif rata – rata tetapi anggaran relatif tinggi mampu mengenakan harga premium. Merek dengan kualitas relatif tinggi dan iklan relatif tinggi memperoleh harga tertinggi, begitupun sebaliknya. Hubungan positif antara harga tinggi dan iklan tinggi berlaku paling kuat dalam tahap siklus hidup produk selanjutnya bagi pemimpin pasar.
2. Kebijakan Penetapan Harga Perusahaan Harga harus konsisten dengan kebijakan penetapan harga perusahaan. Pada saat yang sama, perusahaan tidak menolak untuk menentukan penalti penetapan harga di bawah keadaan tertentu. Meskipun kebijakan ini sering dapat dibenarkan, pemasar harus menggunakannya dengan hati-hati sehingga tidak perlu mengasingkan pelanggan.
3. Penetapan Harga Berbagi Keuntungan dan Risiko Penjual mempunyai opsi menawarkan untuk menyerap sebagian atau semua risiko jika tidak menghantarkan nilai yang dijanjikan secara penuh.

4. Dampak Harga Pada Pihak Lain Manajemen harus mempertimbangkan reaksi pihak lain terhadap terkontemplasi. Pemasar harus mengetahui hukum yang mengatur penetapan harga. Banyak peraturan federal dan Negara bagian melindungi konsumen terhadap praktik penetapan harga yang menipu. Pemasar harus mengetahui hukum dalam menetapkan harga yang terdapat pada undang-undang yang menyatakan penjual harus menetapkan harga tanpa berbicara pada pesaing, pengaturan harga adalah ilegal.

### 3. Tujuan dalam penetapan harga

Tujuan dalam penetapan harga pada dasarnya berawal dari tujuan perusahaan. Secara mendasar terdapat 4 tujuan utama dari penetapan harga yang ingin di capai oleh setiap perusahaan antara lain:

#### 1. Mendapatkan laba maksimum

Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka melalui penetapan harga atas setiap barang yang dihasilkan perusahaan mengharapkan akan mendapatkan laba maksimal. Melalui pendapatan laba maksimal, maka harapan-harapan lain yang ingin dicapai dalam jangka pendek ataupun panjang akan terpenuhi, dalam era persaingan global yang akan dihadapi pada saat ini atau akan datang yang semakin kompleks dan semakin banyak variabel lain yang berpengaruh terhadap daya saing produk dan perusahaan, maka penetapan tujuan untuk mendapat laba maksimal akan

semakin sulit dicapai karena perusahaan juga akan semakin sulit untuk memperkirakan tingkat penjualan yang sesungguhnya. Oleh karena itu, untuk mendapatkan laba maksimal ada sejumlah perusahaan yang menggunakan pendekatan target laba yaitu tingkat laba yang sesuai atau pantas sebagai sasaran laba.

2. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih.

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, maka perusahaan mengharapkan sedapat mungkin melalui penetapan harga dari setiap barang atau jasa yang dihasilkan mampu mendapatkan pengembalian atas seluruh nilai investasi yang dilakukan terhadap kegiatan yang telah dilakukan.

3. mencegah atau mengurangi persaingan.

Melalui tujuan ini perusahaan akan mengharapkan bahwa dengan tingkat harga yang ditetapkan pada setiap produk yang dihasilkan akan mencegah atau mengurangi tingkat persaingan dari industri yang dimasuki. Untuk mencapai tujuan dimaksud, maka perusahaan harus menetapkan harga yang rendah untuk setiap produk yang dihasilkan agar tidak memiliki daya tarik dari pada pesaing untuk memasuki industri yang sama. Para pesaing tentu akan berpikir dua kali sebelum memutuskan akan memasuki atau tidak pada industri yang baru kalau tidak memberikan keuntungan bagi perusahaan, setelah meneliti tingkat harga dari produk yang

dihasilkan pada tingkat harga pasar yang berlaku saat ini. Memang untuk mencapai tujuan ini perusahaan harus menetapkan berbagai kebijakan efisiensi diseluruh bidang agar tingkat harga yang ditetapkan tidak merugikan perusahaan baik saat ini maupun mendatang.

4. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*.

Tujuan penetapan harga ini diharapkan setidaknya untuk mempertahankan atau memperbaiki market share yang dimiliki perusahaan dalam jajaran pesaing industri saat ini. Pemilihan dan penetapan tujuan harga ini dengan harapan bahwa tingkat penjualan atas produk-produk yang dihasilkan akan meningkat bila dibandingkan dengan perusahaan lain atas industri yang sama, dan secara tidak langsung dapat memperbaiki *market share* yang dimiliki perusahaan dalam jajaran industri yang sama.

Dari keempat tujuan harga tersebut diatas tentu hanya merupakan berbagai alternatif yang akan dipilih oleh perusahaan untuk menentukan secara jelas tujuan penetapan harga yang mana akan dipakai oleh perusahaan yang bersangkutan dan tidak hanya dipicu oleh perusahaan lain yang kondisinya mungkin berbeda dengan perusahaan itu sendiri.

## **5. Metode Penetapan Harga Dalam Ekonomi Islam**

Di dalam agama Islam metode penetapan harga juga menggunakan beberapa metode. Sebagaimana dikatakan Muhammad dalam bukunya:

Penentuan harga pada sebuah kontrak yang menghasilkan keuntungan pasti (natural certainty contract), biasanya menggunakan metode:<sup>40</sup>

1. *Mark-up Pricing.*

Metode mark-up pricing adalah penentuan tingkat harga dengan me-mark-up biaya produksi (product's cost) komoditas yang bersangkutan. Pada metode ini, sebuah perusahaan akan menjual produknya pada tingkat harga biaya produksi ditambah mark-up atau margin yang diinginkan.

2. *Target-Return Pricing.*

Target-Return pricing merupakan penentuan harga jual produk yang bertujuan mendapatkan return atas besarnya modal yang diinvestasikan, dalam bahasan keuangan dikenal dengan istilah *Return on Investment (ROI)*. Dalam hal ini, perusahaan akan menentukan berapa return yang diharapkan atas modal yang diinvestasikan.

3. *Perceived-Value Pricing.*

Berbeda dengan metode target-return pricing yang hanya menggunakan biaya produksi sebagai kunci penentuan harga, pada perceived-value pricing juga menggunakan *non-price variable* sebagai dasar penentuan harga jual. Dalam metode *perceived-value pricing* penentuan harga dengan tidak menggunakan variabel harga sebagai dasar harga jual. Harga jual didasarkan pada harga produk pesaing dimana perusahaan melakukan penambahan atau perbaikan unit untuk

---

<sup>40</sup>Muhamad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMYKPN, 2005), h. 132- 134.

meningkatkan tingkat kepuasan customer. Dengan demikian, perusahaan dapat menentukan harga dengan mempertimbangkan tingkat kepuasan *customer* terhadap suatu komoditi yang dikonsumsi.

#### 4. *Value Pricing*.

Adalah suatu kebijakan harga yang kompetitif atas barang berkualitas tinggi. Hal ini sudah menjadi pemahaman bahwa barang yang baik, harganya mahal. Namun perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu menghasilkan barang yang berkualitas dengan biaya yang efisien sehingga perusahaan tersebut dapat dengan leluasa menentukan tingkat harga di bawah harga kompetitor.

Dalam penetapan harga seorang produsen hendaknya menetapkan harga dagangannya seperti yang diajarkan oleh Rasulullah dan berdasarkan perhitungan berdasarkan modal dan keuntungan. Hal ini sesuai dengan pendapat Muhammad dalam bukunya.

Penetapan harga jual, sebaiknya dapat dilakukan dengan cara Rasulullah ketika berdagang. Cara ini dapat dipakai sebagai salah satu metode dalam menentukan harga penjualan adalah menjelaskan harga belinya, berapa biaya yang telah dikeluarkan untuk setiap komoditas dan berapa keuntungan wajar yang diinginkan.

Penetapan harga dilarang di dalam agama Islam sebagaimana dikatakan Rasulullah. Hal ini sesuai dengan pendapat Nurul Huda dalam bukunya.

Distorsi harga ketika kaum Qurais menetapkan blokade ekonomi terhadap umat Islam. Kenaikan harga di Madinah, Rasulullah menyatakan Allah adalah Dzat yang menentukan dan mengatur harga, penahan, pencurah serta penentu rezeki, aku berharap Tuhanku dimana salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta. Abu Yusuf (731-798), dalam kitabnya yang terkenal *Al-Kharaj*. Abu Yusuf merupakan ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme pasar. Ia misalnya memperhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Pemahaman saat itu mengatakan bahwa bila tersedia sedikit barang, maka harga akan mahal dan demikian sebaliknya. Pada kesimpulan Abu Yusuf menyatakan murah atau mahal suatu harga merupakan ketentuan Allah. Ibnu Taimiyah (1263-1328), dalam kitabnya *Majmu Fatawa Syakh Al-Islam* dan kitab *Al-Hisbah fi Al-Islam*. Ibnu Taimiyah menyatakan perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau permintaan ditentukan oleh selera dan pendapatan dan menurut Ibnu Taimiyah bila seluruh transaksi sudah sesuai dengan aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah.<sup>41</sup>

Sababul Wurud hadis: Anas r.a meriwayatkan bahwa pada zaman Rasulullah Saw. di Madinah terjadi harga yang membumbung tinggi. Kemudian orang-orang berkata: “Wahai Rasulullah Saw., harga begitu mahal, maka tetapkanlah harga bagi kami. Lalu Rasulullah Saw. bersabda,

---

<sup>41</sup>Huda, Nurul, et.al, *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis, Cet. 2, Ed. 1*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 230-231.

seperti hadis tersebut. Dan kesimpulannya bahwa tas'ir atau penetapan harga adalah haram. Asy-Syaukani menyatakan, bahwa hadis tersebut dijadikan dalil bagi pengharaman dalam penetapan harga dan bahwa ia (penetapan harga) merupakan suatu kedzaliman yaitu penguasa memerintahkan para penghuni pasar agar tidak menjual barang-barang mereka kecuali dengan harga sekian, kemudian melarang mereka untuk menambah ataupun mengurangi harga tersebut. Alasannya bahwa manusia dikuasakan atas mereka sedangkan pematokan harga adalah pemaksaan terhadap mereka. Padahal seorang iman diperintahkan untuk memelihara kemaslahatan umat Islam.

Dengan mengacu pada kehidupan pasar pada masa Rasulullah Saw dan sikap yang diambil Rasulullah dalam menghadapi kenaikan harga di pasar, merupakan bentuk dari mekanisme pasar Islami. Adapun ciri khas mekanisme pasar Islami sebagai berikut:<sup>42</sup>

- 1) Orang bebas keluar masuk pasar.
- 2) Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang-barang dagangan.
- 3) Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar. Kolusi antara penjual dan pembeli harus dihilangkan. Pemerintah boleh melakukan intervensi apabila ada monopoli.
- 4) Kenaikan dan penurunan harga disebabkan oleh naik turunnya permintaan dan penawaran.

---

<sup>42</sup>Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 152-153.

- 5) Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan, dan kecurangan tentang kualitas produk.
- 6) Terhindar dari penyimpangan terhadap kebebasan ekonomi yang jujur seperti sumpah palsu, kecurangan dalam takaran, timbangan, ukuran.

Dalam perdagangan terutama dalam Islam mempunyai prinsip dalam setiap transaksinya, seperti haruslah dilandasi dengan rasa keadilan di dalam menjalankan setiap transaksinya. Hal ini sesuai dengan pendapat Fordebi Adesy di dalam bukunya:

Transaksi perdagangan kedua pihak harus saling ikhlas, tidak ada intervensi pihak lain dalam menentukan harga. Pasar dalam keadaan normal, harganya akan turun jika jumlah barang yang ada di pasar ketersediaannya melimpah, sebaliknya harga barang akan naik jika jumlah barang yang tersedia di pasar sedikit. Beberapa prinsip yang melandasi fungsi pasar dalam masyarakat muslim:<sup>43</sup>

- 1) Dalam konsep perdagangan Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Kesepakatan terjadinya permintaan dan penawaran haruslah terjadi secara suka rela.
- 2) Mekanisme pasar dalam konsep Islam melarang adanya sistem kerja sama yang tidak jujur. Prinsip monopoli dan oligopoli tidak dilarang dalam Islam selama pelaku tidak mengambil keuntungan di atas keuntungan yang wajar.

---

<sup>43</sup>Fordebi Adesy, *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Ed. 1, Cet. 1, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 134-137.

- 3) Bila pasar dalam keadaan tidak sehat, di mana telah terjadi tindak kezaliman seperti penipuan, penimbunan, atau perusakan pasokan dengan tujuan menaikkan harga, maka menurut Ibn Taimiyah pemerintah wajib melakukan regulasi harga pada tingkat yang adil antara produsen dan konsumen tanpa ada pihak yang dirugikan atau dieksploitasi oleh pihak lain.
- 4) Praktik perdagangan yang Islami adalah perdagangan yang dilandasi oleh nilai-nilai dasar agama yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan. Perdagangan yang adil dalam konsep Islam adalah perdagangan yang “tidak menzalimi dan tidak dizalimi”.

#### **H. Pengertian Rumah Makan**

Menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.KN.73/PVVI05/MPPT-85 tentang Peraturan usaha Rumah Makan, dalam peraturan ini yang dimaksud dengan yangsaha Jasa Pangan adalah : “Suatu usaha yang menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial”.

Menurut peraturan Menteri Kesehatan RI No. 304/Menkes/Per/89 tentang persyaratan rumah makan maka yang dimaksud rumah makan adalah satu jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan

untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penjualan makanan dan minuman bagi umum di tempat usahanya.<sup>44</sup>

Rumah makan atau restoran adalah istilah umum untuk menyebut usaha gastronomi yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan tersebut serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Meski pada umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada juga beberapa yang menyediakan layanan *take-out dining* dan *delivery service* sebagai salah satu bentuk pelayanan kepada konsumennya. Rumah makan biasanya memiliki spesialisasi dalam jenis makanan yang dihidangkannya. Sebagai contoh yaitu rumah makan *chinese food*, rumah makan Padang, rumah makan cepat saji (*fast food restaurant*) dan sebagainya.<sup>45</sup>

Prasmanan atau *buffet* (dibaca "buff'e") adalah cara penyajian makanan dalam pesta maupun restoran dengan meletakkan makanan pada meja panjang dan pengunjung mengambil sendiri menu yang diinginkan. Prasmanan sangat populer di Indonesia karena praktis dan mengurangi jumlah pelayan yang diperlukan dalam suatu resepsi. Modifikasi prasmanan pada masa kini adalah dengan menyajikan makanan pada meja terpisah untuk setiap menu. Meja ini dapat pula didekorasi

---

<sup>44</sup>Johny Template, Ilmu Parawisata, Pengertian Rumah Makan , dikutip dari <http://tugaspariwisata.blogspot.com/2011/08/pengertian-rumah-makan.html> pada hari Rabu, Tanggal 1 Juli 2020, Pukul 13.50 WIB

<sup>45</sup>Wikipedia Bahasa Indonesia, dikutip dari <https://id.wikipedia.org/wiki/rumah-makan>. Pada hari Rabu, tanggal 1 Juli 2020, pukul 14.00 WIB

sehingga berbentuk depot (misalnya berupa gubuk kecil). Prasmanan biasanya sering digunakan di acara pernikahan.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup>Wikipedia Bahasa Indonesia, dikutip dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Prasmanan>. Pada hari Rabu, tanggal 1 Juli 2020, pukul 14.00 WIB

### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

##### **A. Profil Rumah Makan Rahman**

Rumah Makan Rahman merupakan salah satu UMKM (usaha mikro kecil menengah) yang berbentuk rumah makan yang menyajikan masakan khas padang. Rumah makan ini mulai berdiri pada tahun 2010. Rumah Makan Rahman Pertama kali membuka usahanya di dalam kawasan rumah sakit M.Yunus kota Bengkulu dengan masih berupa kantin yang sederhana. Pada saat itu Rumah Makan Rahman menjalankan bisnisnya dimulai pada pagi hari dan akan tutup pada malam hari. Hari-hari berjalan seperti biasanya seiring waktu rumah makan rahmanpurn berkembang. Merasa tempat jualan kantin tersebut kecil membuat pemilik rumah makan ingin mengembangkan lagi bisnisnya menjadi lebih besar. Kemudian pada tahun 2016 pemilik rumah makan membeli ruko di depan rumah sakit M.Yunus dan melanjutkan usahanya di sana. Dengan lokasi yang cukup besar maka pemilik dapat memperbesar usahanya. Rumah Makan Rahman biasanya mulai buka pukul jam 08.00 dan akan tutup pukul jam 22.00 malam.<sup>47</sup>

Rumah makan rahman saat ini hanya dikelola oleh keluarga saja dan hanya memiliki 2 orang karyawan. Pembagian pekerjaan masih belum terbagi dan merangkap seluruh kebutuhan yang ada, mulai dari memasak hingga bersih bersih akan dilakukan sesuai kebutuhan.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup>Hepi Yarti, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

<sup>48</sup>Hepi Yarti, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

Sedangkan dana yang digunakan sebagai modal usaha merupakan dari modal sendiri, dari hasil pinjaman dan hasil keuntungan dari penjualan itu sendiri untuk terus berkembang.<sup>49</sup>

## **B. Sasaran Pembeli Rumah Makan Rahman**

Karena rumah makan rahman merupakan UMKM (usaha mikro kecil menengah), maka Pasar sasaran pembeli rumah makan rahman berorientasi pada masyarakat luas pada umumnya, pemilik menargetkan pembeli seperti pengunjung yang berobat di rumah sakit m.yunus Bengkulu dan anak kos yang berada di sekitar dengan menawarkan harga yang murah dan terjangkau<sup>50</sup>

## **C. Staregi Pemasaran Rumah Makan Rahman**

Strategi pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan Rumah Makan untuk mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Terdapat 4P bauran pemasaran yang paling sering digunakan yaitu product (produk), price (harga), place (tempat) dan promotion (promosi). Berikut ini bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh Rumah Makan Rahman.

### **a. Product (produk)**

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke suatu pasar yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk rumah makan yang ditawarkan di sini adalah makanan masakan Padang.

---

<sup>49</sup>Amin Nurabi, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

<sup>50</sup>Amin Nurabi, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

b. Price (harga)

Harga yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahman bervariasi, dimulai dari Rp 5.000 rupiah sampai 15.000 rupiah.

c. Place (tempat)

Rumah Makan Rahman beralamat di Jalan Jendral Sudirman, terletak di depan rumah sakit M.yunus Bengkulu.

d. Promotion (promosi)

Sejak awal berdirinya Rumah Makan Rahman tidak melakukan promosi secara gencar. Promosi hanya dilakukan hanya melalui mulut ke mulut yaitu dengan cara menceritakan atau menawarkan ke teman-teman, menawarkan ke keluarga, melalui arisan ibu-ibu, dan para pengunjung yang datang berobat di rumah sakit M.Yunus.<sup>51</sup>

#### **D. Produk Makanan Rumah Makan Rahman**

Produk makanan yang ditawarkan oleh rumah makan rahman identik dengan masakan padang. Adapun produk yang di tawarkan antara lain adalah:

1. Rendang
2. Ayam Sambal
3. Ayam Krispy
4. Gulai Ayam
5. Ikan Tuna Sambal
6. Ikan Tuna Asam Pedas
7. Ikan Lele

---

<sup>51</sup>Hepi Yarti, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

8. Gulai Usus Ayam
9. Aneka Sayur Dan Gulai Lainnya.<sup>52</sup>

Adapun minuman yang ditawarkan antara lain adalah:

1. Kopi
2. Kopi Susu
3. Teh Hangat
4. Es Teh
5. Es Jeruk.

---

<sup>52</sup>Hepi Yarti, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

Penetapan harga merupakan instrumen yang penting dalam setiap individu yang akan melakukan proses perdagangan (jual beli). Penetapan harga adalah proses menetapkan nilai yang akan diterima produsen dalam pertukaran jasa dan barang. Pengetahuan tentang penetapan harga oleh sebagian pedagang dalam melakukan bisnis perdagangan (jual beli) masih banyak yang tidak mengetahuinya, karena sebagian pedagang hanya melakukan penetapan harga dengan berorientasikan pada keuntungan dan kerugian dalam bisnis perdagangannya. Penetapan harga jual yang baik jika produsen mampu menetapkan harga yang tidak menzalimi dirinya maupun konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan cara wawancara langsung kepada pemilik rumah makan rahman untuk mengetahui sistem penetapan harga pada rumah makan rahman. Maka diperoleh informasi sebagai berikut.

#### **1. Penetapan Harga di Rumah Makan Rahman**

Berdasarkan hasil wawancara yang disampaikan oleh pak Amin Nurabi dan bu hepi yarti selaku pemilik rumah makan adalah sebagai berikut:

a. Konsep pelayanan rumah makan

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan dari pak amin sebagai berikut:

“Konsep pelayanan pada rumah makan rahman adalah konsep prasmanan. Alasan pemilihan konsep prasmanan tersebut karena tidak perlu repot menyajikan makanan untuk pembeli dan hal tersebut dianggap lebih efisien. Sehingga pemilik cukup menunggu di meja kasir setelah pelanggan selesai makan untuk membayar sesuai makanan yang diambilnya”.<sup>53</sup>

Sedangkan menurut bu hepi, alasannya adalah

“rumah makan rahman tidak menyediakan pramusaji yang secara khusus untuk menyajikan makanan kepada pembeli, pemilik maupun karyawan melakukan pekerjaan secara menyeluruh dimulai dari memasak sampai bersih-bersih”.<sup>54</sup>

b. Penetapan harga jual

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan dari bu hepi dan pak amin adalah sebagai berikut:

“Penetapan harga jual di rumah makan berdasarkan hitungan lauk ataupun gulai yang di ambil oleh pembeli, tetapi perhitungan untuk nasi yang dibungkus rata-rata 15 ribu per bungkus”.<sup>55</sup>

“harga yang ditetapkan sesuai dari apa yang diambil oleh pembeli, misalnya mengambil ikan atau ayam maka harganya 15 ribu, kalau pembeli mengambil daging maka harganya 17 ribu, kalau sayur biasa seharga 10 ribu, misalkan kalau pembeli tersebut nambah sayur-sayur maka akan dikenakan tambahan 2 ribu, tetapi kalau pembeli mengambil ikan tau ayam dan lauk yang lain maka hitungannya akan berbeda yaitu tambah hitung gulai”.<sup>56</sup>

---

<sup>53</sup>Amin Nurabi, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

<sup>54</sup>Hepi Yarti, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

<sup>55</sup>Hepi Yarti, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

<sup>56</sup>Amin Nurabi, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

c. Indikator penetapan harga rumah makan

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan dari pak amin adalah sebagai berikut:

“indikator utama dalam menentukan harga pada rumah makan adalah tergantung dari lauk/gulai yang di ambil oleh pembeli. Biasanya rata-rata harga gulai unruk makan adalah 12 ribu sampai dengan 16 ribu rupiah per porsi tergantung dari gulai yang diambilnya. Misalnya pembeli yang makan mengambil gulai ikan, maka harganya adalah 15 ribu, kalau sayur 12 ribu, daging 17 ribu per porsi. Kalau pembeli ingin nambah sayur-sayur biasa maka dikenakan biaya tambahan 2 ribu, tapi kalau pembeli nambah gulai seperti ikan, ayam dan daging maka dikenakan tambahan sebesar harga gulai tersebut. Adapun perbedaan antara pembeli yang mengambil nasi banyak ataupun sedikit itu hitungannya sama, karena selera makan setiap orangkan berbeda-beda, ada yang makannya banyak dan ada yang sedikit. Kami tidak membatasi itu”.<sup>57</sup>

d. Keuntungan penjualan rumah makan

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari pak amin adalah sebagai berikut:

“kita selama ini melihat keadaan situasi yang sedang berjalan, dengan banyaknya orang yang membeli biarpun keuntungannya sedikit tetapi kalinya banyak atau banyak yang laku. Yang penting usaha lancar tetap berjalan. Misalnya kalau kami menaikkan harganya seribu atau dua ribu saja maka besoknya akan ada perubahan pada pembeli yang lebih sedikit untuk datang makan. Jadi keuntungan yang kami dapatkan adalah dari banyaknya penjualan tersebut sehingga bisa untuk saling menutupi dari keuntungan yang ada”.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup>Amin Nurabi, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

<sup>58</sup>Amin Nurabi, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

e. Pengaruh harga bahan terhadap harga jual

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari bu hepi adalah sebagai berikut:

“selama ini kami jualan dari harga 12 ribu kemudian menjadi 15 ribu sampai sekarang belum berubah lagi. Kenaikan harga yang pertama kami lakukan dikarenakan kalau masih berpatokan pada harga yang sama, tidak terkejar lagi dari keuntungan yang di dapat. Sekarang walaupun harga bahan terus naik, kami belum menaikkan harga lagi. Karna kalau itu kami lakukan maka bisa dipastikan pembeli akan menjadi sepi. Kami hanya mengurangi takaran atau porsi pada masakan kami”.<sup>59</sup>

Pak amin juga menambahkan :

“kami juga mempertimbangkan para pembeli kebanyakan adalah para mahasiswa atau anak kos-kosan yang tinggal di sekitar, jadi prioritas utama kami adalah biarpun untung yang di dapatkan dari hasil penjualan sedikit, tetapi usaha kami tetap lancar. Dan makan yang disajikan setiap harinya alhamdulillah selalu habis terjual. Sehingga tidak ada makanan lama ataupun makanan yang mubazir terbuang”.<sup>60</sup>

f. Kelebihan dan kekurangan sistem penetapan harga di rumah makan rahman

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari bu hepi adalah sebagai berikut:

“selama ini kelebihan yang kami rasakan dalam menjalankan sistem seperti ini adalah lebih mudah dan praktis, tidak perlu menyajikan makanan untuk para pembeli kecuali nasi bungkus saja yang kami ambilkan. Kami cukup mempersilahkan pembeli yang ingin makan di rumah makan untuk mengambil sendiri makanan sesuai dengan selera masing masing sepuasnya. Kekurangannya yaitu tidak harga tidak bisa mengikuti perubahan harga bahan mentah karena

---

<sup>59</sup>Hepi Yarti, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

<sup>60</sup>Amin Nurabi, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

kondisi pembeli kebanyakan adalah para mahasiswa dan anak kosan. Dan juga yang lainnya adalah masalah dari kejujuran dari pembeli, terkadang ada pembeli yang makan mengambil lauk dua tetapi bayarnya satu. Dalam hal ini kami hanya mengharapkan kejujuran dari konsumen”.<sup>61</sup>

## 2. Pandangan Islam Dalam Metode Penetapan Harga

### 5. *Mark-up Pricing* (menaikkan harga)

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari bu hepi adalah sebagai berikut:

”tentu saja kami menjual makanan di atas harga bahan, karna kan keuntungan yang didapatkan adalah dari sana (keuntungan penjualan) tetapi juga kami tidak menaikkan harga yang terlalu tinggi. Ketika harga bahan naik kami tidak menaikkan harga, hanya menyesuaikan porsi saja. Karna kami sadar kalau menaikkan harga yang mahal-mahal bisajadi pelanggan akan sepi”.<sup>62</sup>

### 6. *Target-Return Pricing* (penentuan harga jual)

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari pak amin adalah sebagai berikut:

“Ya target jualan kan memang untuk mencari keuntungan, tentu saja kami menargetkan modal kami keluarkan sekian dan kira kira harus mendapatkan keuntungan sekian, tetapi kami tidak menaikkan harga yang terlalu tinggi, harga penjualan kami pun masih sangat terjangkau karena kami juga mempertimbangkan para pembeli kebanyakan adalah para mahasiswa atau anak kos-kosan yang tinggal di sekitar, jadi prioritas utama kami adalah biarpun untung yang di dapatkan dari hasil penjualan sedikit, tetapi usaha kami tetap lancar”.<sup>63</sup>

---

<sup>61</sup>Hepi Yarti, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

<sup>62</sup>Hepi Yarti, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

<sup>63</sup>Amin Nurabi, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

### 7. *Perceived-Value Pricing.*

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari pak amin adalah sebagai berikut:

“kami tidak berpatokan kepada harga bahan dalam menentukan harga makanan yang kami jual, biarpun harga bahan naik kami tetap menjual dengan harga yang sama, karena kalau kami menaikkan harga jual makanan maka bisa dipastikan besoknya akan sepi. Penentuan harga bagi kami adalah perhitungan dari seluruh harga bahan dan keuntungan penjualan nantinya disatukan. Karena prinsip kami dalam berjualan adalah biarpun untung sedikit tetapi usaha kami berjalan lancar. Karena kebanyakan pembeli kami adalah mahasiswa dan anak kosan makanya target harga kami tetapkan tidak berubah dan terjangkau, dan yang terpenting bagi kami dalam berjualan adalah kepuasan pelanggan kami”.<sup>64</sup>

### 8. *Value Pricing*

Berdasarkan wawancara yang diperoleh dari pak amin adalah sebagai berikut:

“dalam menentukan harga kami tidak berpatokan kepada rumah makan yang lain, yang menjadi pertimbangan dalam penetapan harga bagi kami itu adalah konsumen pembeli kami. Karena kebanyakan para pembeli kami itu anak kos-kosan mahasiswa makanya kami tidak menetapkan harga yang tinggi-tinggi, biarpun untung penjualan kami sedikit tetapi usaha tetap berjalan dan rumah makan banyak pengunjungnya, itu yang menjadi target utama bagi kami”.<sup>65</sup>

## **B. Pembahasan**

### **1. Mekanisme Penetapan Harga di Rumah Makan Rahman**

#### a. Konsep pelayanan rumah makan

Sebagaimana hasil penelitian yang penulis dapatkan di lapangan bahwa Rumah Makan Rahman merupakan salah satu rumah makan

---

<sup>64</sup>Amin Nurabi, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

<sup>65</sup>Amin Nurabi, Pemilik Rumah Makan Rahman, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2021

yang menggunakan sistem prasmanan. Prasmanan merupakan satu tipe dasar pelayanan di ruang makan di mana hidangan telah disediakan, ditata, diatur, di atas meja ataupun di lemari makan.

Di Rumah makan rahman, para konsumen bebas memilih makanan dan mengambil sendiri sesuai dengan selera, konsumen. Dalam cara ini para tamu diperkenankan untuk mengambil dan memilih makanan yang telah diatur dan tentunya memiliki harga yang berbeda-beda. Lewat sistem ini para konsumen bebas menyesuaikan harga makanan yang ingin disantap. Di rumah makan rahman tentunya harga setiap lauk sudah dicantumkan. Dengan membayar sejumlah uang tertentu, setiap tamu bebas mengambil, melayani dari hidangan yang telah tersedia dengan lengkap di atas meja hidangan yang dapat dinikmati dengan sepuas-puasnya sesuai dengan selera masing-masing.

Terkait sistem prasmanan yang masih dipertahankan oleh Rumah makan rahman bawasanya pemilik ingin menjaga kepuasan pelanggan atau *customer oriented*. Prinsip *customer oriented* adalah prinsip yang menjaga kepuasan pelanggan seperti konsumen diberikan kebebasan untuk mengambil sendiri makanan yang diinginkannya. Adapun dengan memprioritaskan pelayanan terhadap konsumen melalui sistem prasmanan maka keberlangsungan usaha rumah makan tersebut akan terus terjaga.

b. Sistem penetapan harga jual

Penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang dihasilkan.<sup>66</sup> Sehingga mekanisme penetapan harga merupakan suatu cara yang digunakan oleh perusahaan dalam memberikan nilai suatu produk atau jasa dengan memperhitungkan terlebih dahulu segala macam biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh keuntungan.

Sebagaimana hasil penelitian di atas bahwasanya penetapan harga jual pada rumah makan rahman adalah berdasarkan hitungan terhadap harga gulai atau sayur yang di ambil oleh pembeli yang makan. Akan tetapi hitungan harga untuk makanan yang dibungkus umumnya sama yaitu 15 - 17 ribu. Jadi dapat kita fahami bahwasaya sistem penetapan harga di rumah makan rahman adalah berdasarkan gulai utama yang di ambil oleh pembeli.

c. Indikator penetapan harga rumah makan

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

---

<sup>66</sup>Deka 1918, Penetapan Harga: Tujuan, Strategi dan Berbagai Macam Pendekatannya, dikutip dari [ekonomiana.wordpress.com/tag/strategi-penetapan-harga/](http://ekonomiana.wordpress.com/tag/strategi-penetapan-harga/), Pada Hari Senin, Tanggal 14 Juni, Pukul 17.05 WIB

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.<sup>67</sup>

Seperti yang telah dibahas di atas indikator penetapan harga adalah terletak pada gulai apa yang diambil oleh pembeli yang makan. Misalkan kalau pembeli makan nasi pakai ikan, maka harganya adalah 15 ribu per porsi masing masing pembeli ataupun pembeli yang makan pakai daging maka harganya 17 ribu per porsi yang diambilnya masing-masing. Misalkan ada pembeli yang ingin menambah gulai lain maka akan dikenakan biaya tambahan sesuai dengan apa yang diambilnya tersebut. Adapun terhadap pembeli yang mengambil nasi banyak ataupun sedikit pihak rumah makan tidak menetapkan atas itu dan mempersilahkan pembeli makan sesuai porsinya masing-masing.

Jadi dapat kita pahami bahwasanya indikator utama dalam penetapan harga pada rumah makan rahman adalah tergantung dari lauk/gulai yang ditawarkan. Kasir akan menanyakan apa saja makanan yang diambil oleh konsumen, kemudian konsumen menyebutkan makanan yang sudah diambilnya dan selanjutnya kasir menyebutkan

---

<sup>67</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, ( Yogyakarta, Andi Offset 1997), h. 223

jumlah harga yang harus dibayar konsumen sesuai dengan makanan yang diambil olehnya.

d. Keuntungan penjualan rumah makan

Akibat dari sistem prasmanan yang diterapkan di Rumah Makan Rahman, maka antara setiap konsumen terdapat perbedaan dalam setiap porsi makanan yang diambilnya, namun harga yang harus dibayarkan sama sebatas jenis lauk yang diambilnya. Harga berbeda ketika jenis lauk yang diambil konsumen berbeda atau konsumen melakukan penambahan nasi, sayur, atau lauk.

Dalam hal ini dapat dipahami bahwasanya keuntungan dari penjualan yang di dapatkan oleh pemilik tidak berdasarkan dari bahan baku ataupun jumlah nasi yang diambil oleh pembeli, melainkan dari keuntungan seluruh penjualan. Hal ini dikarenakan pada konsumen. Pemilik tentu ingin meletakkan harga yang lebih lagi apabila terjadi kenaikan pada bahan baku. Masalahnya adalah apabila hal tersebut dilakukan maka pembeli akan berkurang dari sebelumnya sehingga pemilik mengambil keuntungan dari seluruh penjualan yang ada. Walaupun ada keuntungan yang lebih sedikit akan tetapi keuntungan yang lain yang lebih banyak akan menutupinya.

e. Pengaruh harga bahan terhadap harga jual

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang berhubungan dengan proses produksi, dimana biaya yang diklasifikasikan

diantaranya adalah bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik.

Biaya produksi menurut Mulyadi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap di jual, dimana objek pengeluarannya secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik.<sup>68</sup>

Biaya produksi dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barangbarang yang diproduksi perusahaan tersebut. Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan kepada dua jenis yaitu biaya eksplisit dan biaya tersembunyi (*imputed cost*). Biaya eksplisit adalah pengeluaran-pengeluaran perusahaan yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang di butuhkan. Sedangkan biaya tersembunyi adalah taksiran pengeluaran terhadap faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.<sup>69</sup>

Dari hasil penelitian diatas maka diketahui bahwasanya harga bahan mentah tidak mempengaruhi harga penjualan pada rumah makan. Walaupun harga bahan bisa dibilang berubah-ubah pemilik

---

<sup>68</sup>Mulyadi, *Akuntansi Biaya, Edisi Kelima*, (Yogyakarta:Unit Penerbit Dan Percetakan Akademik Manajemen Perusahaan YKPN, 2015), h. 181.

<sup>69</sup>Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, Ed. 3, (Jakarta : Pt Raja Grafindo Persada, 2013), h. 208.

tetap menjual dengan patokan harga yang sama. Jadi dala, hal ini dapat diketahui bahwasanya harga bahan mentah tidak mempengaruhi dari harga jual makanan.

- f. Kelebihan dan kekurangan sistem penetapan harga di rumah makan rahman

Dalam konsep jual beli tentu adanya kelebihan serta kekurangan yang terdapat di dalamnya. Berdasarkan hasil penelitian di atas maka diketahui bahwasanya sistem prasmanan yang diterapkan oleh rumah makan rahman memiliki kelebihan pada proses pelaksanaannya yang dinilai lebih praktis dan bebas, akan tetapi terdapat kekurangannya yaitu harga makanan tidak bisa mengikuti harga bahan sehingga akan membuat keuntungan dari penjualan tidak stabil dan juga kelemahan yang lain adalah dikaenakan konsep kebebasan maka akan adanya indikasi terhadap pembeli yang kurang jujur dalam membayar.

## **2. Pandangan Islam Dalam Mekanisme Penetapan Harga di Rumah Makan Rahman**

Di dalam agama Islam metode penetapan harga juga menggunakan beberapa metode. Sebagaimana dikatakan Muhammad dalam bukunya: Penentuan harga pada sebuah kontrak yang menghasilkan keuntungan pasti (*natural certainty contract*), biasanya menggunakan metode:<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup>Muhamad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: UPP AMYKPN, 2005), h. 132- 134.

a. *Mark-up Pricing* (menaikkan harga)

Metode *mark-up pricing* adalah penentuan tingkat harga dengan me-mark-up biaya produksi (*product's cost*) komoditas yang bersangkutan.

*Mark up* adalah sebuah peningkatan harga atau jumlah rupiah yang telah ditambahkan pada biaya dari sebuah produk untuk memproduksi harga jual. Perlakuan dari sebuah *mark up* bisa membuat margin mengalami peningkatan. Margin sendiri merupakan tingkat keuntungan awal yang diperoleh dari barang atau jasa yang akan ditawarkan dalam satuan persen. *Mark up* merupakan salah satu metode penentuan harga yang biasanya dianggap paling simpel dan paling banyak diterapkan. Metode ini adalah penentuan harga yang ditetapkan dengan tujuan tersendiri, yakni untuk menutup biaya tidak langsung serta laba rugi perusahaan.<sup>71</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui bahwasanyanya penetapan harga pada rumah makan rahman sudah sesuai dengan metode penetapan harga *mark up pricing*, dikarenakan pemilik menjual makanan dengan berpatokan pada lebih besar dari harga bahan dalam memperoleh keuntungan penjualannya.

b. *Target-Return Pricing* (penentuan harga jual)

*Target-Return pricing* merupakan penentuan harga jual produk yang bertujuan mendapatkan return atas besarnya modal yang

---

<sup>71</sup>Pusat Pengetahuan, Dikutip Dari <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/apa-itu-mark-up-harga>. Pada Hari Kamis Tanggal 1 Juli 2021, Pukul 19.00 WIB

diinvestasikan. Dalam metode return pricing pihak rumah makan juga menetapkan patokan harga jual harus lebih tinggi dari harga bahan. Akan tetapi pemilik juga mengatakan tidak menaikkan harga yang tinggi dalam penetapan keuntungannya dikarenakan ada beberapa pertimbangan menurutnya untuk melakukan hal tersebut.

Hal ini sesuai dengan konsep penetapan harga dalam Islam sesuai dengan Maqashid al-Syariah, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia. Penentuan harga menjadi suatu keharusan dengan alasan menegakkan kemaslahatan manusia dengan memerangi distorsi pasar (memerangi mafsadah atau kerusakan yang terjadi di lapangan). Dalam konsep Islam, yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran dan keadilan ekonomi dengan mempertimbangkan kepentingan para pihak yang terlibat di pasar. Namun ketika terjadi tindakan yang bersifat zhulm sehingga terjadi distorsi pasar atau harga tidak berada pada titik keseimbangan, pemerintah sangat berperan untuk mengambil kebijakan berupa penetapan harga dengan melihat faktor-faktor penyebab terjadinya distorsi tersebut dan mengembalikan harga pada titik keseimbangan.<sup>72</sup>

c. *Perceived-Value Pricing.*

*Perceived-value pricing* adalah sistem penetapan harga dengan tidak menggunakan variable harga sebagai dasar harga jual.

---

<sup>72</sup>Supriadi Muslimin, dkk, "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 2, No 1, tahun 2020

Berbeda dari metode target *return pricing* yang hanya menggunakan biaya produksi sebagai kunci penentuan harga, pada *perceived value pricing* juga digunakan sebagai *nonprice variable* sebagai dasar dari penentuan harga jual. Boleh jadi bila sebuah perusahaan menghadapi harga kompetitor yang lebih murah, perusahaan tersebut dapat melakukan perbaikan dan penambahan beberapa item yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan (*utility*) pelanggan.<sup>73</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas, rumah makan rahman juga menerapkan metode *perceived value pricing*. Ini terbukti dari penjelasan wawancara yang ditemukan oleh peneliti selain pemilik menetapkan harga berdasarkan harga bahan, pemilik juga menetapkan harga berdasarkan pertimbangan kepuasan konsumen.

#### d. *Value Pricing*

*Value pricing* Adalah suatu kebijakan harga yang kompetitif atas barang berkualitas tinggi. Hal ini sudah menjadi pemahaman bahwa barang yang baik, harganya mahal. Namun perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu menghasilkan barang yang berkualitas dengan biaya yang efisien sehingga perusahaan tersebut dapat dengan leluasa menentukan tingkat harga di bawah harga kompetitor.

---

<sup>73</sup>Ahmad Ifham Solihin, Pricing Pembiayaan, Dikutip Dari <https://sharianomics.wordpress.com>, Pada Hari Kamis Tanggal 1 juli 2021 Pukul 21.00 WIB

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat diketahui bahwasanya penetapan harga di rumah makan rahman tidak berdasarkan harga para pesaing. Hal ini dibuktikan dengan pemilik rumah makan mengatakan bahwasanya mereka dalam penetapan harga lebih mementingkan kepada konsumen utama sehingga bisnis tetap berjalan dengan lancar walaupun mendapatkan keuntungan yang sedikit.

Dalam ekonomi Islam berlaku jujur tentunya sangat dibutuhkan dalam menetapkan harga jual. Jujur di dalam menghasilkan produk dan jujur dalam menetapkan harga jual berarti mempertimbangkan nilai-nilai kebenaran dan kemaslahatan umat manusia. Akan tetapi berbisnis untuk mendapatkan keuntungan jangka pendek dengan mengabaikan kebenaran dan kemaslahatan secara umum akan menjerumuskan diri sendiri ke dalam jurang kehancuran sekarang atau di masa yang akan datang. Intinya islam selalu mengajarkan bahwa keuntungan bisnis yang ingin dicapai seorang pedagang adalah keuntungan dunia akhirat, bukan keuntungan dunia saja.

Dalam kesempatan wawancara penulis menanyakan, apakah harga yang ditetapkan oleh rumah makan rahman sudah termasuk adil. Konsep harga yang adil telah dikenal pada awal Islam dan awal Literatur Fiqih, jika kita membahas tentang konsep harga yang adil menurut Islam, maka kita tidak terlepas dari bagaimana pemahaman para ulama tentang konsep harga yang pada awal Literatur Fiqih, al-Qur'an sangat menekankan

perlunya keadilan atau kejujuran. Sangatlah natural untuk mempergunakan gagasan ini berhubungan dengan pasar, khususnya dengan harga.

Dalam hal ini pemilik rumah makan membebaskan konsumen untuk memilih dan mengambil sendiri makanan yang inginkannya sesuai selera. Pemilik juga membebaskan konsumen untuk makan sepuasnya. Dengan demikian pemilik rumah makan mengutamakan kepuasan konsumen tanpa memubazirkan makanan kalau disajikan. Setelah konsumen selesai makan maka barulah di hitung sesuai apa yang diambilnya.

Dalam hal ini dapat diketahui bahwasanya penentuan penetapan harga pada rumah makan rahman tidak mengikuti perubahan harga bahan mentah, rumah makan rahman mengedepankan kemaslahatan bersama dalam hal ini sesuai dengan konsep berbasis kejujuran jual beli sesuai pandangan dalam Islam. Karena akad yang di tetapkan oleh pemilik tidak memaksakan kehendak konsumen dan tidak pula menjual makanan yang tak layak dikonsumsi karena menu yang di buat tiap harinya sudah di pastikan akan habis.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

1. Mekanisme penetapan harga pada Rumah Makan Rahman adalah rumah makan yang pelayanannya menggunakan konsep prasmanan, yaitu pembeli yang ingin makan dipersilahkan untuk mengambil sendiri makanan yang diinginkannya kemudian membayar sesuai lauk atau sayur yang telah diambil. Adapun metode penetapan harga pada Rumah Makan Rahman yaitu metode penetapan harga yang berorientasi pada harga makanan yang dijual dan bukan terhadap harga bahan mentah dalam menentukan keuntungan penjualan.
2. Pandangan Islam dalam mekanisme penetapan harga di Rumah Makan Rahman yaitu sudah sesuai dengan metode penetapan harga dalam ekonomi Islam, dimana penentuan harga tersebut menetapkan harga berdasarkan modal dan keuntungan yang tidak berlebihan. Juga penetapan harga pada Rumah Makan Rahman mengutamakan konsep kejujuran dan tanggung jawab dalam proses penentuan harga, sehingga tidak ada pihak yang akan dirugikan.

#### **B. Saran-Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran

1. Kepada pemilik Rumah Makan Rahman yang pelayanannya menggunakan konsep prasmanan hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan dan tetap

memperhatikan para pembeli yang makan dalam proses pengambilan makanan dan pembayaran sehingga tidak terjadi kecurangan.

2. Untuk para pembeli hendaknya mengerti dan memahami konsep rumah makan prasmanan yang mengutamakan kebebasan dan kejujuran dalam jual beli. sehingga para pembeli lebih berperilaku jujur dan adil pada saat proses transaksi pembayaran dilakukan nantinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali Al-Ta'usi, Abu Hamid Muhammad Bin Muhammad Bin Ahmad. *Ihya Umuludin*. Terj, Moh Zuhri, Semarang, CV Asy-Syifa, 1992
- Alma, Buchari. *Manajemen Dan Pemasaran Jasa*. Bandung, Alfabeta, 2005
- Al-Qardhawi, Yusuf. *Norma Dan etika Dalam Ekonomi Islam*, alih bahasa oleh Zainal Arifin dan Dahlia Husein, Jakarta, Gema Insani 1997
- Amstrong, Garry. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Erlangga, 1987
- Arikunto Suharsimi. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Prenada Media, 2013
- Halim, A. Ridwan. *Hukum Dagang dalam Tanya Jawab*. Jakarta: Ghalia Indonesia dikutip dari [Wikipedia](#). Pada Hari Rabu, Tanggal 1 Juli 2020
- Huda, Nurul. *Ekonomi makro Islam*. Jakarta, Kencana, 2008
- Huda, Nurul. et.al. *Ekonomi Makro Islam, Pendekatan Teoritis, Cet 2 Ed 1*, Jakarta, Kencana, 2009
- Indriantoro Nur, Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta. BPFE Yogyakarta, 2012
- J, Stanton, William, Prinsip Pemasaran, alih bahasa oleh Yohanes Lamarto, Ed. ke-7, Jilid. ke-1, Jakarta, Erlangga, 1984
- Johny, Template. *Ilmu Parawisata, Pengertian Rumah Makan* , dikutip dari <http://tugaspariwisata.blogspot.com/2011/08/pengertian-rumah-makan.html> pada hari Rabu, Tanggal 1 Juli 2020,
- Khasanah, Nurul. *Perspektif Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Jual Minyak Tanah Di Desa Bawak Kec.Cawas Kab.Klaten*, Skripsi: Prodi Muamalat, Fakultas Syariah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2008
- Kotler, Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Ed 8 Jilid 2, Jakarta, Erlangga, 2001
- Kotler, Philip. *Marketing*, alih bahasa oleh Herujati Purwoto, Jilid Ke 1, Jakarta, Erlangga, 1999
- Logenecker, Justin G. et.al. *Kewirausahaan*, Jakarta, Salemba Empat, 2001

- Muhammad, R.Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran Tentang Etika Dan Bisnis*, Jakarta, Salemba Diniyah, 2002
- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta, UUP AMYKPN, 2005
- Mujahidin, Akhmad. *Ekonomi Islam*. Jakarta, Raja Grafindo Persada 2012
- Pawito. *Penelitian Komunikasi*, Yogyakarta, Pelangi Perkasa, 2007
- Prakkasi, Idris, Kamiruddin. *Analisis Harga Dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam*, Laa Masyir, Volume 5, Nomor 1, Juni 2018
- Romlah, Siti. *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Sistem Penetapan Harga Pakaian Jadi Oleh Pedagang Di Pasar Panorama Kota Bengkulu*, Skripsi: Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2017
- Rozalinda. *Ekonomi Islam*, Depok, Rajawali pers, 2017
- Rozalinda. *Ekonomi Islam, Teori Dan Aplikasinya Pada Ekonomi*. Jakarta, Rajawali Pers, 2015
- Sabiq, Sayid. *Fiqh Sunnah*, Jakarta, Darul Fath, 2004
- Saifullah, Kurniawan. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta, Kencana 2006
- Sami' Al-Mishari, Abdul. *Pilar-Pilar Ekonomi Islam, Cet 1*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2006
- Solihin, Ahmad Ifham, Pricing Pembiayaan, Dikutip Dari <https://sharianomics.wordpress.com>, Pada Hari Kamis Tanggal 1 juli 2021
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam*, Yogyakarta, Ekonosia 2004
- Sukardi. *Metodologi penelitian*, Jakarta, Bumi Aksara, 2009.
- Syafe'i, Rachmad. *Fiqh Muamalah*, Bandung, Pustaka Setia, 2000
- Syahpawi, *Konsep Harga Pasar Dalam Islam Dhaman Al-Mithl*, *Jurnal Ilmiah Keislaman*, Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau Vol. 8, No. 1, Januari-Juni 2009
- Tjiptono, Fandy. et.al. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, CV Abadi Offiset, 2008
- Wikipedia Bahasa Indonesia, *Pengertian Perdagangan*, dikutip dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Harga>. Pada hari Rabu, Tanggal 1 Juli 2020, pukul 11.34 WIB.

Yolandari. *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Penjualan Batu Bata Di Desa Sinar Pagi Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur*, Skripsi: Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019

Zuhdi, Masjfuk. *Studi Islam (Jilid III Muamalah)*. Jakarta, Raja Grafindo Persada, 1993

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1: Surat Penunjukan Pembimbing



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

---

**SURAT PENUNJUKAN**  
 Nomor : 1424/In.11/F.IV/PP.00.9/11/2020

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

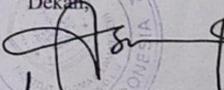
1. N A M A : Drs. M. Syakroni, M.Ag  
 NIP. : 195707061987031003  
 Tugas : Pembimbing I

2. N A M A : Nonie Afrianty, ME  
 NIP. : 199304242018012020  
 Tugas : Pembimbing II

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

N A M A : D. Sabni Hartato  
 NIM. : 1516130123  
 JURUSAN : EKONOMI ISLAM  
 Judul Skripsi : MEKANISME PENETAPAN HARGA DALAM PANDANGAN EKONOMI ISLAM (STUDI PADA RUMAH MAKAN RAHMAN DI DEPAN RS. M. YUNUS BENGKULU).

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

Ditetapkan di : Bengkulu  
 Pada Tanggal : 27 November 2020  
 Dekan  
  
 Dr. Asnaini, MA  
 NIP. 197304121998032003

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

## Lampiran 2: Lembar Bimbingan Skripsi

REPUBLIC OF INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

**LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa: D. Sabni Hartato Program Studi: Ekonomi Syariah  
 NIM: 1516130123 Pembimbing I/II: Drs. M. Syakroni, M. Ag.  
 Judul Skripsi: Mekanisme penetapan harga dalam pandangan ekonomi Islam (studi pada rumah makan Rahmani di desa R. M. Yunus Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Prof
1.	Senin, 26.7.21	Cover, bab I, bab II, dan bab III.	Perbaiki!	✓
2.	Kamis, 29.7.21	- " -	Acc.	✓
3.	Senin, 2.8.21	Bab IV	Perbaiki!	✓
4.	Selasa, 3.8.21	- " -	Acc.	✓
5.	camping	Bab V	Perbaiki!	✓
6.	(Cover)	- " -	Acc.	✓

Bengkulu, 3 Agustus 2021

Mengetahui,  
Kepala Jurusan .....

Pembimbing I/II  
M. Syakroni  
Drs. M. Syakroni, M. Ag.  
NIP 195707061987031003

Drs. M. Syakroni, M. Ag.  
NIP 197412022006042091

Scanned by TanScanner



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 JALAN KEMENTERIAN AGAMA NO. 101/2 KEMENTERIAN AGAMA BENGKULU

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa: **D. Sabni Hartato** Program Studi: **Ekonomi Syariah**  
 NIM: **151630123** Pembimbing II: **MONIE AFFRANTY, M.E**  
 Judul Skripsi: **Mekanisme penetapan harga dalam pandangan ekonomi Islam (studi pada Funnah Mahan Rahman di depan RS. Al-ZUNUS Bengkulu)**

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Prof.
	Kamis / 24-6-2021	Bab I  Bab II  Tambahkan Abstrak.	Asahkan Hasil Penelitian dan Pembahasan.  Perbaiki kembali saran.	
	Rabu / 7-7-2021	Bab III  Bab IV  Abstrak	Jelaskan dengan Indikator Perbaiki Perbaiki	

Bengkulu, .....

Mengetahui  
 Kepala Jurusan .....

D. Sabni Hartato, MA  
 NIP. 197412022006042031

Pembimbing II

(MONIE AFFRANTY, M.E  
 NIP. 199304292018012002



REPUBLIC OF INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa

Program Studi

NIM

Pembimbing I/II

Judul Skripsi

No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Prof.
	Kamis 15-9-2021	Bab 1-5	Acc.	S F.

Bengkulu,

Mengantar,  
Ketua Jurusan

Pembimbing I/II

Desi Isnaini, MA  
NIP. 197412022006042001

*[Signature]*  
Nanda Aprilia Y. M.B  
NIP. 199309242018012002

## Lampiran 3: Pedoman Wawancara

## PEDOMAN WAWANCARA

1. Kapan usaha Rumah Makan Rahman berdiri dan mulai beroperasi?
2. Apakah sejak didirikan sudah menerapkan konsep pemasaran?
3. Bagaimana sistem penetapan harga jual pada Rumah Makan Rahman?
4. Apa yang menjadi indikator utama dalam penetapan harga pada Rumah Makan Rahman?
5. Apakah harga yang ditetapkan dapat berubah-ubah?
6. Bagaimana perhitungan harga makanan yang dibungkus dan yang makan di Rumah Makan Rahman?
7. Apakah ada perbedaan harga terhadap pembeli yang mengambil nasi banyak dan sedikit?
8. Apakah harga yang ditetapkan tersebut sudah adil?
9. Bagaimana pihak rumah makan mendapatkan keuntungan dari penjualan dengan harga yang sama?
10. Apakah harga bahan mentah mempengaruhi harga makanan yang dijual?
11. Apakah ada kendala terhadap sistem penetapan harga makanan yang ditawarkan?
12. Apa kelebihan dan kekurangan dari sistem penetapan harga pada Rumah Makan Rahman?

Bengkulu, Januari 2021 M/

Jumadil awal 1442 H

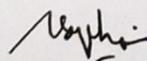
Peneliti



**D. Sabni Hartato**  
NIM. 1516130123

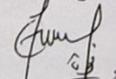
Menyetujui

Pembimbing 1



**Drs. M. Svakroni, M. Ag**  
195707061987031003

Pembimbing 2



**Nonie Afrianty, ME**  
199304242018012020

## Lampiran 4: Surat Izin Penelitian

	<p><b>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA</b>  <b>INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI</b>  <b>BENGKULU</b>          Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211          Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172          Website: www.iainbengkulu.ac.id</p>									
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">Nomor</td> <td style="width: 40%;">: 0637/In.11/F.IV/PP.00.9/04/2021</td> <td style="width: 30%; text-align: right;">Bengkulu, 26 April 2021</td> </tr> <tr> <td>Lampiran</td> <td>: -</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Perihal</td> <td>: <b><u>Permohonan Izin Penelitian.</u></b></td> <td></td> </tr> </table>	Nomor	: 0637/In.11/F.IV/PP.00.9/04/2021	Bengkulu, 26 April 2021	Lampiran	: -		Perihal	: <b><u>Permohonan Izin Penelitian.</u></b>		
Nomor	: 0637/In.11/F.IV/PP.00.9/04/2021	Bengkulu, 26 April 2021								
Lampiran	: -									
Perihal	: <b><u>Permohonan Izin Penelitian.</u></b>									
	<p><b>Kepada Yth.</b>  <b>Pimpinan Rumah Makan Rahman</b>          di-  <b>Bengkulu</b></p>									
<p><i>Assalamu'alaikumWr.Wb</i></p> <p>Sehubungan dengan penyelesaian Studi Sarjana S.1 pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun Akademik 2020/2021 atas nama :</p> <p>Nama : D. Sabni Hartato          NIM : 1516130123          Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam</p> <p>Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi data penulisan skripsi yang berjudul : Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Pada Rumah Makan Rahman di Depan RS.M.Yunus Bengkulu).          Tempat Penelitian : Rumah Makan Rahman Bengkulu.          Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.</p>										
	<p>Mengetahui          An. Dekan          Wakil Dekan I</p>  <p>Dr. Nurul Hak, MA          NIP. 196606161995031002</p>									

Lampiran 5: Dokumentasi



