

METODE PENETAPAN HARGA OLEH PEDAGANG BUAH DI PASAR GEBANG JEMBER

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Program Studi Ekonomi Syariah
Jurusan Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

Muhammad Irham Almaftuhi
NIM: E20152086

Dosen Pembimbing

Nikmatul Masruroh, M.E.I
NIP. 19820922 200901 2 005

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JULI 2019**

METODE PENETAPAN HARGA OLEH PEDAGANG BUAH DI PASAR GEBANG JEMBER

SKRIPSI

**Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Program Studi Ekonomi Syariah
Jurusan Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh:

**Muhammad Irham Almaftuhi
NIM: E20152086**

Disetujui Pembimbing:



**Nikmatul Masruroh, M.E.I
NIP. 19820922 200901 2 005**

METODE PENETAPAN HARGA OLEH PEDAGANG BUAH DI PASAR GEBANG JEMBER

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syari'ah

Hari : Selasa
Tanggal: 16 Juli 2019

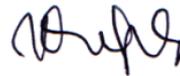
Tim Penguji

Ketua



Toton Fanshurna, M.E.I
NIP. 19811224 201101 1 008

Sekretaris



Retna Anggitaningsih, SE., M.M
NIP. 19740420 199803 2 001

Anggota:

1. Dr. Nurul Widyawati IR, S.Sos., M.Si



2. Nikmatul Masruroh, M.E.I



Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP. 19680807 200003 1 001

MOTTO

رَجَالٌ لَا تُلْهِيمُ تِجْرَةً وَلَا بَيْعَ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ ۖ يَخَافُونَ
يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ ﴿٣٧﴾

Artinya: “Orang yang tidak dilalaikan oleh perdagangan dan jual beli dari mengingat Allah, melaksanakan shalat, dan menunaikan zakat. Mereka takut kepada hari ketika hati dan penglihatan menjadi guncang (hari kiamat)” (QS. An-Nur : 37).¹



¹ Kementerian Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Mikhraj Khazanah Ilmu, 2014), 355.

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa syukur dan bahagia saya haturkan terima kasih saya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Purwanto dan Umi Shalawati dengan kasih sayangnya yang selalu mendoakan, mengingatkan dan memberi motivasi tanpa kenal lelah.
2. Adikku Farhan Maulidi, yang memberiku inspirasi dan semangat
3. Kakak-kakakku, Hakim dan Mamik Syahila. Terimakasih untuk selalu memberi semangat dalam menyelesaikan skripsiku.
4. Sahabat terdekatku Alfi, Ryan, Irwan, Roby, Afif, Afifudin, Hadiyono, Huda, Dayat terimakasih untuk semuanya, rasa kekeluargaannya dan semangat yang telah ditularkan.
5. Teman-teman seperjuangan keluarga besar ES 3 Ekonomi Syari'ah 2015 dan keluarga besar KKN Posko 37, yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada saya.
6. Semua teman-teman jurusan Ekonomi Syari'ah (ES 1, ES 2, ES 4) angkatan 2015 yang telah berbagi pengalaman dan sumbangsih ilmu pengetahuan.
7. Almamater IAIN Jember yang selalu saya banggakan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala taufiq dan hidayahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Kesuksesan dan kelancaran ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam- dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I selaku Wakil Dekan I dan Dosen Wali.
4. Ibu Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Dosen Pembimbing yang selalu membimbing saya mulai awal hingga akhir.
5. Bapak dan Ibu penguji yang terhormat.
6. Segenap dosen IAIN Jember yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Bapak Eko selaku kepala bagian Dinas Pasar di DISKOPERINDAG Jember yang telah memberikan izin penelitian di Pasar Gebang Jember.

8. Bapak Slamet selaku Bendahara Pembantu Penerima (Dinas Pasar) di Pasar Gebang Jember yang telah membantu dan memfasilitasi penelitian yang dilakukan peneliti di Pasar Gebang Jember.



ABSTRAK

Muhammad Irham Almaftuhi, Nikmatul Masruroh, 2019 : “*Metode Penetapan Harga oleh Pedagang Buah di Pasar Gebang Jember*”.

Harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain atas manfaat yang diperoleh dari suatu barang. Harga merupakan unsur penting dalam strategi pemasaran dan pencairan keuntungan. Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lainnya dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas dari setiap elemen dan keseluruhan elemen. Tujuan yang menentukan metode penetapan harga haruslah merupakan bagian dari tujuan yang menuntun strategi pemasaran secara keseluruhan.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: (1) Bagaimana metode penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Gebang Jember? (2) Bagaimana implikasi metode penetapan harga terhadap harga jual buah? (3) Bagaimana implikasi metode penetapan harga terhadap laba yang diperoleh pedagang buah?.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mendeskripsikan metode penetapan harga pedagang buah di Pasar Gebang Jember. (2) Mendeskripsikan implikasi metode penetapan harga terhadap harga jual buah di Pasar Gebang Jember. (3) Mendeskripsikan implikasi metode penetapan harga terhadap laba yang diperoleh pedagang buah di Pasar Gebang Jember.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam penentuan subjek penelitian menggunakan *purposive* serta menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah (1) Metode penetapan harga jual buah yang digunakan pedagang buah di Pasar Gebang Jember adalah metode penetapan harga berbasis permintaan yaitu penetapan harga yang mana harga bervariasi pada satu jenis buah (*price lining*), harga lebih tinggi dari harga standart selama masa pengenalan (*skimming pricing*), harga lebih rendah dari harga standart pasar (*penetration pricing*) dan metode penetapan harga berbasis biaya (*mark up*) yang mana penetapan harga dalam mengambil keuntungan menyesuaikan dengan keinginan pedagang.(2) Harga jual buah yang ditetapkan oleh pedagang buah tidak sama. Adakalanya sesuai harga pasar, lebih rendah dari harga pasar dan juga lebih tinggi dari harga pasar. Hal itu disebabkan oleh tidak samanya metode penetapan harga yang digunakan oleh tiap-tiap pedagang. (3) Pedagang buah di Pasar Gebang Jember dalam menentukan laba cenderung tidak sama. Perbedaan penetapan laba pada pedagang buah di Pasar Gebang ini, secara fundamental dipengaruhi oleh metode penetapan harga jual buah yang digunakan oleh setiap pedagangnya. Selain itu juga dipengaruhi oleh cara menjual buah, yaitu dengan sistem eceran atau grosir.

Kata Kunci: Harga, Laba, Biaya

ABSTRACT

Muhammad Irham Almaftuhi, Nikmatul Masruroh, 2019 : *“Pricing by Fruit Traders at Gebang Jember Market ”.*

Price is an exchange rate that can be equated with money or other goods for the benefits obtained from an item. Price is an important element in marketing strategies and profit disbursement. Prices interact with all other elements in the marketing mix to determine the effectiveness of each element and the whole element. The objectives that determine the pricing method must be part of the objectives that guide the overall marketing strategy.

The focus of the research in this paper is: (1) What are the pricing methods by fruit traders in Gebang Jember Market? (2) What are the implications of the pricing method for selling fruit prices? (3) What are the implications of the pricing method for profits obtained by fruit traders ?.

This study aims to: (1) Describe the pricing method for fruit traders in Gebang Jember Market. (2) Describe the implications of the pricing method for the selling price of fruit at Gebang Jember Market. (3) Describe the implications of the pricing method for profits obtained by fruit traders in Gebang Jember Market.

This study uses a qualitative approach with a type of descriptive research. In determining research subjects using purposive and using data collection techniques through observation, interviews and documentation.

The results of this study are (1) The method of selling fruit prices used by fruit traders in Gebang Jember Market is a demand-based pricing method, namely pricing where prices vary on one type of fruit (price lining), prices higher than standard prices during the introduction period (skimming pricing), prices lower than the penetration price and the mark-up pricing method where pricing in profit adjusts to the wishes of traders. (2) The selling price of fruit determined by fruit traders is not the same. Sometimes according to market prices, lower than market prices and also higher than market prices. This is caused by the absence of the pricing method used by each trader. (3) Fruit traders in Gebang Jember Market in determining profits tend not to be the same. This difference in profit determination on fruit traders in Gebang Market is fundamentally influenced by the method of selling fruit prices used by each trader. In addition, it is also influenced by the way to sell fruit, namely by retail or wholesale systems.

Keywords: Price, Profit, Cost

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah	9
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN KEPUSATKAAN	
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Kajian Teori.....	19
1. Penetapan Harga.....	19

2. Permintaan.....	22
a. Pengertian Permintaan	22
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan	24
3. Penetapan Harga Berbasis Permintaan.....	29
a. <i>Skimming Pricing</i>	29
b. <i>Penetration Pricing</i>	30
c. <i>Price Lining</i>	31
d. <i>Prestige pricing</i>	31
4. Penetapan Harga Berbasis Biaya	31
a. Pengertian Biaya	31
b. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya	33
5. Penetapan Harga Berbasis Laba.....	36
a. <i>Target Profit Pricing</i>	36
b. <i>Target Return on Sales Pricing</i>	36
c. <i>Target Return on Investmen Pricing</i>	37
6. Penetapan Harga Berbasis Persaingan	37
a. Persaingan	37
b. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan.....	37
7. Pandangan Islam Terhadap Penetapan Harga.....	39
a. Harga yang Adil Dalam Islam	39
b. Penetapan Harga Menurut Islam.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	43
---	----

B. Lokasi Penelitian	44
C. Subyek Penelitian	46
D. Teknik Pengumpulan Data	46
E. Teknik Analisis Data	48
F. Teknik Keabsahan Data	51
G. Tahapan- Tahapan Penelitian	51
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	
A. Gambaran Objek Penelitian.....	53
1. Sejarah Singkat Pasar Gebang	53
2. Letak Geografis Pasar Gebang.....	55
3. Struktur Pasar Gebang.....	56
B. Penyajian Data dan Analisis	57
1. Metode Penetapan Harga oleh Pedagang Buah di Pasar Gebang Jember	58
2. Implikasi Metode Penetapan Harga Terhadap Harga Jual Buah di Pasar Gebang Jember	69
3. Implikasi Metode Penetapan Harga Terhadap Laba yang Diperoleh Pedagang Buah di Pasar Gebang Jember	78
C. Pembahasan Temuan	88
1. Metode Penetapan Harga oleh Pedagang Buah di Pasar Gebang Jember	88
2. Implikasi Metode Penetapan Harga Terhadap Harga Jual Buah di Pasar Gebang Jember	92

3. Implikasi Metode Penetapan Harga Terhadap Laba yang Diperoleh Pedagang Buah di Pasar Gebang Jember	94
--	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	96
B. Saran	97

DAFTAR PUSTAKA 98

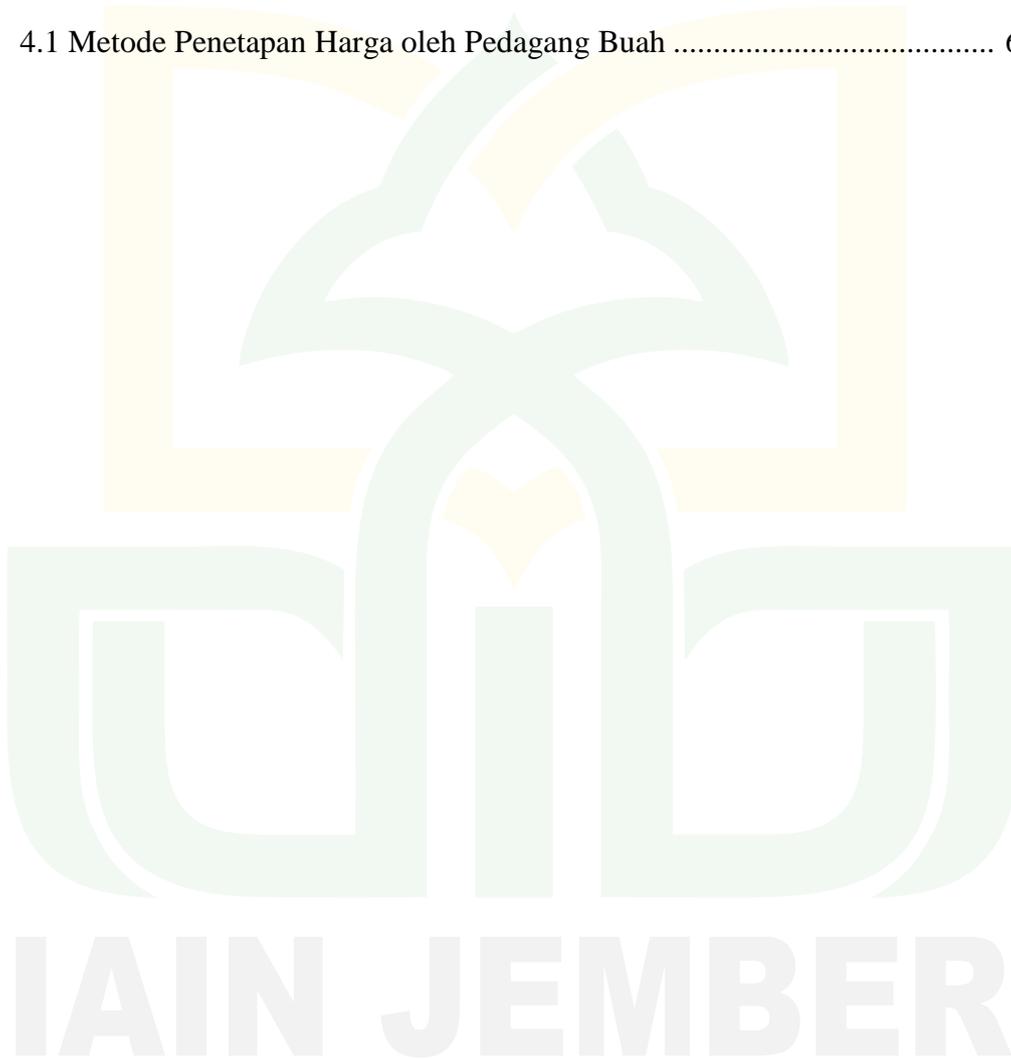
LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Matrik Penelitian
2. Jurnal Penelitian
3. Pedoman Wawancara
4. Dokumentasi (Foto-Foto)
5. Surat Keterangan Izin Penelitian
6. Surat Keterangan Selesai Penelitian
7. Pernyataan Keaslian Tulisan
8. Biodata Penulis

IAIN JEMBER

DAFTAR TABEL

No Uraian	Hal
1.1 Perbandingan Jumlah Konsumen.....	5
1.2 Jenis Dagangan.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	18
4.1 Metode Penetapan Harga oleh Pedagang Buah	67



DAFTAR GAMBAR

No Uraian	Hal
4.1 Struktur Organisasi Pasar Gebang Jember	56



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian adalah kebutuhan setiap manusia di dalam memenuhi dan mengakselerasi tatanan kehidupan sehari-hari. Disadari atau tidak setiap interaksi terdapat perekonomian dari segi pertanian, perdagangan, perindustrian dan banyak lagi yang lainnya. Oleh karena itu manusia tidak dapat dipisahkan dengan aktifitas ekonomi, karena ekonomi adalah roda kehidupan yang selalu berputar yang mengantarkan manusia ke arah perubahan untuk menjadi lebih sejahtera.¹

Kegiatan jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Kebanyakan masyarakat melakukan aktivitas jual beli di pasar. Yang mana pasar adalah salah satu tempat yang menjadi pusat perekonomian. Pada mulanya pasar berdiri karena masyarakat ingin memperoleh berbagai kebutuhan hidup. Pada zaman dahulu karena belum ada uang, masyarakat bertransaksi dengan tukar menukar barang, yang disebut sistem barter. Para petani, peternak, nelayan, dan pekerja lainnya bertransaksi dengan menukarkan hasil produksi masing-masing. Awalnya pertukaran itu terjadi di

¹ Heri Irawan, *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai* (Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar, 2017), 1

sembarang tempat. Lama kelamaan masyarakat atas kesepakatan bersama menentukan suatu tempat sebagai lokasi untuk melakukan barter.²

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar. Bangunan pasar biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun oleh suatu pengelola pasar. Di pasar tradisional ini kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik, dan lain-lain. Selain itu juga banyak yang dijual di pasar tradisional ini juga terdapat penjual jasa seperti kuli panggul dan yang lainnya. Pasar seperti ini banyak terdapat di Indonesia dan umumnya terletak di tempat yang ramai penduduk atau dekat dengan kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.³

Di Jember sendiri terdapat beberapa pasar tradisional, diantaranya ialah Pasar Tanjung, Pasar Gebang, Pasar Sabtuan, dan pasar Kencong. Adapun Pasar Gebang adalah salah satu pasar rakyat yang terdapat di Kabupaten Jember, Jawa Timur. Pasar ini didirikan pada tahun 1970. Pasar ini merupakan pasar rakyat yang letaknya berada di dekat kota yaitu di desa Gebang kabupaten Jember dengan luas 13.580m². Pasar ini terbagi atas Pasar Gebang atas dan Pasar Gebang bawah. Dari luas pasar secara keseluruhan terbagi menjadi dua yaitu luas Pasar Gebang atas 4.070m² dan luas Pasar

² Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 1

³ Ibid., 1

Gebang bawah 9.510m². Secara keseluruhan jumlah pedagang di Pasar Gebang adalah 498 orang, yaitu terdiri atas pedagang Pasar Gebang atas 219 orang dan Pedagang Pasar bawah 279 orang.⁴

Pasar Gebang ini tergolong pasar tradisional daerah, di pasar ini terdapat beberapa pedagang dengan berbagai jenis dagangannya, diantaranya adalah loak besi, onderdil motor dan mobil, konfeksi, sembako, daging, ikan, sayur, buah dan lain sebagainya. Dari berbagai macamnya pedagang tersebut aktifitas pedagang buahlah yang tergolong sangat ramai, bahkan pada waktu tertentu pedagang buah dari luar kota berdatangan ke Pasar Gebang, sehingga Pasar Gebang lebih dikenal dengan Pasar Buah.⁵ Adapun selain itu yang menjadi pembeda antara Pasar Gebang dengan Pasar lain di Jember yaitu di Pasar Gebang sendiri bukan hanya terjadi transaksi antara pedagang dengan konsumen, melainkan antara pedagang dengan petani yang menjual buahnya langsung ke Pasar Gebang. Hal itu biasa terjadi pada saat pagi hari antara pukul 04.30 WIB hingga pukul 07.00 WIB. Pedagang dan konsumen buah di Pasar Gebang ini bukan hanya berasal dari Gebang, namun juga berasal dari berbagai daerah di kota Jember. Bahkan sebagian pedagang juga berasal dari luar Jember, baik yang menjual buahnya bahkan yang membeli dagangan dari pengepul-pengepul buah di Pasar Gebang. Berbeda dengan pasar tradisional lain seperti Pasar Tanjung, Pasar Sabtuan dan Pasar Kencong yang mayoritas hanya terdapat pedagang dan konsumen buah dari daerah itu sendiri.

⁴ http://dinaspasar.Jemberkab.net/index.php?option=com_content&view=article&id=70&catid=18
diakses pada tanggal 13/11/ 2018 pukul: 17.20

⁵ Ibid.

Harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain atas manfaat yang diperoleh dari suatu barang. Harga merupakan unsur penting dalam strategi pemasaran dan pencairan keuntungan. Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lainnya dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas dari setiap elemen dan keseluruhan elemen. Tujuan yang menentukan metode penetapan harga haruslah merupakan bagian dari tujuan yang menuntun strategi pemasaran secara keseluruhan.⁶

Dari banyaknya pedagang buah di Pasar Gebang, harga menjadi bervariasi, ada yang menetapkan harga jual sesuai harga pasar, ada yang di bawah harga pasar, ada yang lebih tinggi dari harga pasar, ada yang menetapkan harga dengan sistem harga grosir, juga ada yang menjual dengan sistem kredit kepada pelanggannya. Pasalnya dari harga pembelian barang dagangan ada yang mendapat harga yang sesuai harga pasaran, ada yang membeli dagangan dengan sistem yang penting mendapat hasil meskipun dengan penghasilan yang sedikit dan juga ada yang membeli dagangannya dengan mengharap dapat mengambil keuntungan yang banyak.⁷ Hal itu senada dengan tidak samanya jumlah pengunjung dari tiap-tiap pedagang yang sama barang dagangannya. Hal itu terbukti dari hasil observasi pada waktu yang berbeda antara satu pedagang dengan yang lainnya tidak sama, pada tanggal 03 Maret 2019 dalam waktu 2 jam konsumen ibu Fatimah berjumlah 7 orang, sedangkan konsumen ibu Leha hanya berjumlah 4 orang, dan

⁶ Muh Abdul Halim, *Teori Ekonomi Mikro Edisi 3* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), 149.

⁷ Hasil Wawancara Pada 6 Pedagang Buah di Pasar Gebang, 10 November 2018

konsumen bapak Suri berjumlah 5 orang.⁸ Di waktu yang berbeda pada tanggal 07 Maret 2019 jumlah konsumen ibu Fatimah dalam kurun waktu 2 jam berjumlah 8 orang, sedangkan konsumen ibu Leha berjumlah 6 orang, dan konsumen bapak Suri berjumlah 4 orang.⁹ Pada tanggal 11 Maret 2019 jumlah konsumen ibu Fatimah berjumlah 5 orang, konsumen ibu Leha berjumlah 4 orang dan konsumen bapak Suri berjumlah 2 orang.¹⁰ Pada tanggal 29 Maret 2019 jumlah konsumen ibu Fatimah dalam kurun waktu 1 jam berjumlah 4 orang, konsumen ibu Leha berjumlah 3 orang dan konsumen bapak Suri berjumlah 1 orang.¹¹ Adapun berikut ini merupakan tabulasi dari hasil observasi tersebut.

Tabel 1.1
Perbandingan Jumlah Konsumen

Nama Pedagang	03 Maret 2019	07 Maret 2019	11 Maret 2019	29 Maret 2019
Fatimah	7 konsumen	8 konsumen	5 konsumen	4 konsumen
Leha	4 konsumen	6 konsumen	4 konsumen	3 konsumen
Suri	4 konsumen	5 konsumen	2 konsumen	1 konsumen

Sumber: Data diolah dari Observasi

Dari perbedaan penetapan harga tersebut biasanya terjadi dikarenakan berbagai faktor, bisa dari kualitas barang, harga penyuplai barang bahkan juga dari modal. Modal merupakan hal yang sangat penting dalam memulai suatu usaha seperti berdagang, tanpa modal yang cukup sebuah usaha tidak akan

⁸ Observasi di Pasar Gebang, 01 Maret 2019

⁹ Observasi di Pasar Gebang, 07 Maret 2019

¹⁰ Observasi di Pasar Gebang, 11 Maret 2019

¹¹ Observasi di Pasar Gebang, 29 Maret 2019

maksimal dalam pengelolaannya. Pedagang di Pasar Gebang memiliki modal awal antara Rp.5.000.000,- sampai Rp.25.000.000,-. Pedagang di Pasar Gebang ini bukan hanya menjual buahnya pada masyarakat biasa, namun juga menjual buahnya pada pedagang buah dari pasar lain, seperti pedagang di Pasar Tanjung, Pasar Sabtuan dan Pasar Kencong. Selain itu pedagang di Pasar Gebang juga menjual buahnya ke luar Kabupaten Jember seperti ke Pasuruan, Probolinggo dan Surabaya.¹²

Adapun buah yang dijual oleh pedagang diantaranya yaitu rambutan, alpukat, apel, jeruk, langsung, manggis, melon, anggur, semangka, buah naga, durian dan mangga. Berbagai macam buah itu ada yang berasal dari daerah Jember dan juga berasal dari daerah luar Kabupaten Jember seperti Malang, Banyuwangi, Bondowoso, Situbondo. Setiap hari Pasar Gebang selalu didatangi berbagai buah dari luar Jember. Langsung misalnya, selain dari Jember sendiri juga berasal dari kota Malang dan buah naga yang dikirim langsung dari Banyuwangi.¹³

Tabel 1.2
Jenis Dagangan

No	Jumlah Pedagang	Barang Dagangan
1	9 Pedagang	Rambutan
2	7 Pedagang	Alpukat
3	4 Pedagang	Apel
4	7 Pedagang	Jeruk

¹² Hasil Wawancara Pada 6 Pedagang Buah di Pasar Gebang, 03 Maret 2019

¹³ Slamet(Bendahara Penerima Pembantu Pasar Gebang), Wawancara, Jember 20 Maret 2019

5	7 Pedagang	Langsap
6	7 Pedagang	Manggis
7	4 Pedagang	Melon
8	6 Pedagang	Anggur
9	4 Pedagang	Semangka
10	6 Pedagang	Buah Naga
11	14 Pedagang	Durian
12	8 Pedagang	Mangga

Sumber: Data diolah dari Wawancara dan Observasi

Dengan melihat permasalahan yang dihadapi tersebut, terdapat kontradiksi penetapan harga antar pedagang di pasar Gebang. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi tentang metode penetapan harga di pasar tersebut yang akan dituangkan dalam sebuah penelitian dengan judul “Metode Penetapan Harga Oleh Pedagang Buah di Pasar Gebang Jember”.

B. Fokus Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, perumusan masalah disebut dengan fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk sebuah kalimat.¹⁴

¹⁴ Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 45

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun fokus penelitian yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Bagaimana metode penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Gebang?
2. Bagaimana implikasi metode penetapan harga terhadap harga jual buah?
3. Bagaimana implikasi metode penetapan harga terhadap laba yang diperoleh pedagang buah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu dan konsisten dengan masalah-masalah yang telah dirumuskan dalam fokus penelitian.¹⁵

Dari fokus penelitian tersebut, maka tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah:

1. Untuk mendeskripsikan metode penetapan harga pedagang buah Pasar Gebang Jember.
2. Untuk mendeskripsikan implikasi metode penetapan harga terhadap harga jual buah di Pasar Gebang Jember.
3. Untuk mendeskripsikan implikasi metode penetapan harga terhadap laba yang diperoleh pedagang buah di Pasar Gebang Jember.

D. Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentu diharapkan memiliki beberapa manfaat yang diperoleh dari suatu penelitian sebagai bentuk aplikasi dari hasil penelitian. Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang diberikan

¹⁵ Ibid., 45.

setelah selesai melakukan penelitian. Manfaat penelitian dapat bersifat teoritis maupun praktis.¹⁶

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Memberikan sumbangan pemikiran ilmu pengetahuan, serta memperluas pengetahuan terutama mengenai metode penetapan harga jual pedagang buah. Dapat dijadikan rujukan bagi penelitian lebih lanjut, baik bagi peneliti yang bersangkutan maupun oleh peneliti lain sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.

2. Manfaat Praktis

Memberikan sumbangan utamanya kepada pedagang Pasar Gebang Jember berupa ilmu pengetahuan. Sehingga bisa dijadikan sebagai pertimbangan untuk mengambil kebijakan yang berkaitan dengan penentuan harga jual.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian penelitian di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap makna sebagaimana yang dimaksud peneliti.¹⁷

Beberapa hal yang perlu didefinisikan sebagai berikut:

¹⁶ Ibid., 73.

¹⁷ Ibid., 73.

1. Penetapan Harga

Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam satuan mata uang atau alat tukar terhadap sesuatu barang tertentu. Dengan kata lain, harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya.¹⁸

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas barang yang dijual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total. Maka keputusan dan strategi penetapan harga memiliki peranan penting dalam setiap perusahaan.¹⁹

Penetapan harga yang dimaksud dalam penelitian ini ialah penetapan harga yang dilakukan oleh pedagang buah di Pasar Gebang. Penelitian ini lebih difokuskan pada penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Gebang yang umumnya harga yang ditawarkan oleh masing-masing pedagang tidak sama.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan suatu kerangka penelitian dan menindaklanjuti penelitian selanjutnya, maka peneliti akan menguraikan pembahasan agar memiliki alur logika yang jelas dan sistematis agar lebih mudah dipahami.

¹⁸ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 1998), 228.

¹⁹ Abd Halim, *Teori Ekonomi Mikro*, 149.

Bab pertama adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, serta definisi istilah dan bab satu ini diakhiri sistematika pembahasan. Fungsi dari bab ini adalah untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai pembahasan dalam skripsi.

Bab kedua, pada bab ini memaparkan kajian kepustakaan terkait kajian terdahulu serta literature yang berhubungan dengan skripsi. Penelitian terdahulu yang mencantumkan penelitian sejenis dan telah diteliti sebelumnya, dan kemudian teori yang berkaitan dengan metode penetapan harga. Fungsi dari bab ini adalah sebagai landasan teori pada bab selanjutnya yang tidak lain tujuannya adalah untuk menganalisa penelitian.

Bab ketiga, pada bab ini menguraikan secara jelas tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

Bab keempat adalah laporan hasil penelitian lapangan yang pada hakikatnya merupakan data-data yang dihasilkan melalui teknik pengumpulan data yang digunakan untuk dianalisis sesuai dengan teknik yang ditetapkan dalam pembahasan skripsi ini.

Bab kelima merupakan bab terakhir yang berisi penutup. Pada bab ini akan diuraikan kesimpulan dari masalah yang dirumuskan dalam penelitian. Setelah mengambil kesimpulan data yang diperoleh dari penelitian, dapat pula memberikan saran-saran yang membangun demi kesempurnaan dan rekomendasi.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Studi Terdahulu

Untuk memperoleh informasi tentang penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini, maka perlu disajikan beberapa hasil kajian atau penelitian terdahulu yang fokus penelitiannya berkaitan dengan strategi penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Gebang. Beberapa penelitian itu adalah:

1. Bayu Cahyono, “Analisis Strategi Penetapan Harga Pada Taman Pintar Yogyakarta” (2014), Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.¹

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Subjek dan objek penelitian ini meliputi orang-orang yang mempunyai kaitan dengan Taman Pintar Yogyakarta. Data primer observasi ini bersumber dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang digunakan untuk menunjukkan harga jual produk yang diterapkan pada Taman Pintar Yogyakarta adalah sebagai berikut: (1) Sasaran dalam penetapan harga Taman Pintar Yogyakarta adalah berorientasi pada penjualan dan juga berorientasi pada *status quo* yaitu menangkai pesaing. (2) Tujuan penetapan harga dari Taman Pintar Yogyakarta adalah unggul dalam bagian pasar. (3) Target pasar dari Taman Pintar Yogyakarta adalah semua segmen dan semua kalangan. (4) Strategi penetapan harga yang

¹ Bayu Cahyono, “Analisis Strategi Penetapan Harga Pada Taman Pintar Yogyakarta”. (Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2014)

digunakan adalah strategi penetrasi, yaitu memberi harga awal yang rendah untuk mencari masa secara cepat.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah tema penelitian yaitu strategi penetapan harga, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah lokasi dilakukannya penelitian dan fokus penelitian. Penelitian ini lebih fokus pada Taman Pintar, akan tetapi dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada pasar tradisional yaitu Pasar Gebang Jember.

2. Faidatus Sa'diyah, "Strategi Penetapan Harga di Pasar Mangli Kaliwates Jember Dalam Persepsi Konsumen." (2016), Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Jember.²

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) kualitatif. Untuk memperoleh data-data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian analisis data menggunakan metode kualitatif, yang dimaksud untuk mendeskripsikan suatu kondisi yang bersifat fakta.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada umumnya para pedagang di Pasar Mangli dalam menetapkan harga menggunakan metode *Mark-Up Pricing* dan metode *Cost Plus Pricing*. Selain itu penetapan harga di Pasar Mangli juga dipengaruhi oleh elastisitas permintaan dan ketatnya persaingan pedagang di Pasar Mangli. Hal itu terlihat dari

² Faidatus Sa'diyah, "Strategi Penetapan Harga di Pasar Mangli Kaliwates Jember Dalam Persepsi Konsumen." (Skripsi: Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Jember, 2016)

normalnya harga di Pasar Mangli. Sehingga baik konsumen maupun pedagang tidak ada yang dirugikan.

Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah tema penelitian yaitu tentang penetapan harga dan metode yang digunakan dalam mengumpulkan data. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah lokasi dilakukannya penelitian, subjek penelitian dan fokus penelitian. Penelitian ini lebih fokus dalam persepsi konsumen terhadap strategi penetapan harga, akan tetapi penelitian yang dilakukan peneliti lebih berfokus pada metode penetapan harga buah di Pasar Gebang.

3. Muthi'atur Rofi'ah, "Strategi Pemasaran Pedagang Muslim di Pasar Tanjung di Tengah Maraknya IndoMaret dan AlfaMaret" (2017), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember.³

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) kualitatif. Untuk memperoleh data-data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian analisis data menggunakan metode kualitatif, yang dimaksud untuk mendeskripsikan suatu kondisi yang bersifat fakta.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran pedagang muslim di Pasar Tanjung menggunakan strategi *marketing mix* yang terdiri dari strategi produk dengan mengembangkan jenis produk yang dijualnya, tentunya termasuk produk yang halal. strategi promosi

³ Muthi'atur Rofi'ah, "Strategi Pemasaran Pedagang Muslim di Pasar Tanjung di Tengah Maraknya IndoMaret dan AlfaMaret" (Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember, 2017)

yang digunakan dengan cara kontak langsung dengan konsumen. Sedangkan untuk strategi distribusi yang digunakan yaitu saluran nol tingkat atau saluran pemasaran langsung dimana produsen langsung menyalurkan barang kepada konsumen tanpa melalui perantara. Dan untuk pelayanan mereka sering membeda-bedakan konsumen.

Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data, fokus penelitian yaitu pasar tradisional. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah subjek penelitian, fokus penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian ini lebih fokus dalam strategi pemasaran pedagang muslim, akan tetapi penelitian yang dilakukan peneliti lebih fokus pada metode penetapan harga pedagang buah dan lokasi penelitian yaitu Pasar Gebang Jember.

4. Muhammad Nasir, “Analisis Penetapan Harga Pedagang Ikan Asin di Pasar Tradisional Ditinjau Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Kota Fajar Kabupaten Aceh Selatan)” (2017), Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.⁴

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) kualitatif. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian analisis data

⁴ Muhammad Nasir, “Analisis Penetapan Harga Pedagang Ikan Asin di Pasar Tradisional Ditinjau Menurut Hukum Perspektif Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Kota Fajar Kabupaten Aceh Selatan)” (Skripsi: Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2017)

menggunakan metode kualitatif, yang dimaksud untuk mendeskripsikan suatu kondisi yang bersifat fakta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penentuan harga dalam jual beli ikan asin di pasar tradisional Kota Fajar adalah berdasarkan harga yang berlaku di pasaran dan harga yang berlaku saat itu dan yang membedakan harga antar pedagang ialah dari mana asal pasokan ikan asin tersebut. Bila ditinjau dari perspektif Islam dari hasil penelitian penetapan harga yang dilakukan oleh pedagang ikan kebanyakan sudah sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana metode penetapan harga oleh pedagang ikan asin di Kota Fajar apakah sesuai dengan perspektif hukum Islam.

Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah tema penelitian yaitu tentang penetapan harga, metode yang digunakan dalam mengumpulkan data. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah lokasi dilakukannya penelitian, subjek penelitian dan fokus penelitian. Penelitian ini lebih fokus dalam penetapan harga ikan asin, akan tetapi penelitian yang dilakukan peneliti lebih berfokus pada penetapan harga buah di Pasar Gebang.

5. Salehatul Khairiyah, "Penetapan Harga Buah Berdasarkan Klasifikasi Konsumen Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pedagang Buah di Kelurahan Kalamangan Kecamatan Sabangan Kota Palangkaraya)"

(2017), Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya.⁵

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, hal ini dimaksudkan untuk memperoleh fakta-fakta yang terdapat di lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik validitas data pada penelitian ini menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian ini adalah dalam penentuan harga pedagang tidak pernah melakukan rapat untuk menyepakati harga jual buah yang akan dijual, namun harga dari setiap pedagang tidak jauh berbeda. Serta para pedagang buah di pasar ini didalam menentukan harganya ialah dengan melihat dari beberapa aspek, yaitu modal, kualitas buah dan harga pesaing. Namun jarang pedagang buah dalam menentukan harga jual melihat dari penampilan para konsumennya.

Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah tema penelitian yaitu tentang penetapan harga, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan fokus penelitian yaitu pasar tradisional. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah lokasi dilakukannya penelitian yaitu Pasar Tradisional di kota Palangkaraya, sedangkan lokasi penelitian yang dilakukan peneliti adalah Pasar Gebang Jember.

⁵ Salehatul Khairiyah, "Penetapan Harga Buah Berdasarkan Klasifikasi Konsumen Menurut Etika Bisnis Islam.(Studi Pada Pedagang Buah di Kelurahan Kalamancangan Kecamatan Sabangan Kota Palangkaraya)" (Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya, 2017)

Guna memberikan kejelasan secara ringkas mengenai penelitian terdahulu, maka dapat dituliskan dengan *mapping* penelitian terdahulu berikut:

Tabel 2.1
Mapping Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Muthi'atur Rofi'ah	Strategi Pemasaran Pedagang Muslim di Pasar Tanjung di Tengah Maraknya IndoMaret dan AlfaMaret.	metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan fokus penelitian yaitu pasar tradisional	subjek penelitian, fokus penelitian dan lokasi penelitian.
2	Faidatus Sa'diyah	Strategi Penetapan Harga di Pasar Mangli Kaliwates Jember Dalam Persepsi Konsumen.	tema penelitian yaitu tentang penetapan harga dan metode yang digunakan dalam mengumpulkan data.	lokasi dilakukannya penelitian, subjek penelitian dan fokus penelitian.
3	Muhammad Nasir	Analisis Penetapan Harga Pedagang Ikan Asin di Pasar Tradisional Ditinjau Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Kota Fajar Kabupaten Aceh Selatan)	tema penelitian yaitu tentang penetapan harga, metode yang digunakan dalam mengumpulkan data	lokasi dilakukannya penelitian, subjek penelitian dan fokus penelitian.
4	Bayu Cahyono	Analisis Strategi Penetapan Harga Pada Taman Pintar Yogyakarta	tema penelitian yaitu tentang penetapan harga, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data.	lokasi dilakukannya penelitian dan fokus penelitian.
5	Salehatul Khairiyah	Penetapan Harga Buah Berdasarkan Klasifikasi	tema penelitian yaitu tentang penetapan harga,	lokasi dilakukannya penelitian

		Konsumen Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pedagang Buah di Kelurahan Kalamangan Kecamatan Sabangan Kota Palangkaraya)	metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan fokus penelitian yaitu pasar tradisional.	
--	--	---	---	--

Sumber: Data diolah

Penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan tindak lanjut dari penelitian terdahulu yang telah ada sebelumnya.

B. Kajian Teori

Memilih kajian teori menjadi sangat penting guna mendapatkan suatu pengetahuan yang baru dan dijadikan sebagai pegangan secara umum. Hal ini untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian, dalam hal ini peneliti menggunakan acuan teori sebagai berikut:

1. Penetapan Harga

Menurut para ekonom, harga, nilai, dan faedah (*utility*) merupakan konsep-konsep yang sangat berkaitan. *Utility* adalah atribut suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan. Sedangkan *nilai* adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik barang lain dalam pertukaran. Dalam perekonomian kita sekarang ini untuk mengadakan pertukaran atau untuk mengukur nilai suatu produk kita menggunakan uang, bukan sistem barter. Jumlah uang yang digunakan

didalam pertukaran tersebut mencerminkan tingkat harga dari suatu barang.⁶

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan.⁷ Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu, secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi.⁸

Penetapan harga memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang dipilih perusahaan dalam menempatkan posisi relatifnya dalam persaingan.⁹ Dalam penetapan harga pasar terdapat tiga C yaitu, jadwal permintaan pelanggan (*customer's demand schedule*), fungsi biaya (*cost function*), dan harga pesaing (*competitor's prices*). Dari itu pedagang lebih siap untuk menetapkan harga. Pertimbangannya biaya menentukan batas terendah dari harga suatu produk. Harga pesaing dan harga pengganti menjadi titik yang mengarahkan. Sedangkan penilaian pelanggan tentang ciri-ciri produk yang unik menentukan batas tertinggi harga suatu produk.

⁶ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1999), 241.

⁷ Abd Halim, *Teori Ekonomi Mikro*, 149.

⁸ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*, (Yogyakarta: CV Andi, 2016), 219.

⁹ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), 102.

Perusahaan atau pedagang memilih metode penetapan harga dengan menyertakan satu atau lebih di antara ketiga pertimbangan itu.¹⁰

Pada dasarnya ada beberapa jenis tujuan penetapan harga, yaitu:

a. Untuk mencari keuntungan

Secara tradisional dikatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan keuntungan paling tinggi. Tujuan inilah yang dikenal dengan maksimalisasi keuntungan.

b. Untuk mencari volume produksi yang ideal

Pada tujuan ini harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan yang ideal, nilai penjualan atau pangsa pasar tertentu.

c. Untuk membentuk citra (*Image*) yang terkenal

Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu, misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah di suatu wilayah tertentu.

d. Untuk pencarian stabilitas harga

Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin perusahaan (*Industry Leader*).¹¹

¹⁰ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2* (PT. Indeks, 2018), 93

¹¹ Abd Halim, *Teori Ekonomi Mikro*, 151

e. Untuk kepemimpinan produk

Suatu perusahaan mungkin bermaksud untuk menjadi pemimpin mutu produk di pasar. Produk – produk yang bercirikan tingkatan yang tinggi soal mutu, selera, dan status yang dapat dirasakan dengan harga yang cukup tinggi yang berada di luar jangkauan konsumen biasa.

f. Menguasai pasar secara maksimum

Perusahaan-perusahaan yang memperkenalkan teknologi baru lebih menyukai penetapan harga yang tinggi untuk menguasai pasar.¹²

g. Tujuan lainnya

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.¹³

2. Permintaan

a. Pengertian permintaan

Menurut Paul A Samuelson, mengatakan bahwa permintaan merupakan keinginan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu.

Dalam konsep ilmu ekonomi permintaan adalah jumlah barang dan jasa (disebut juga komoditas), yang akan dibeli konsumen pada periode dan keadaan tertentu. Periode yang dimaksud biasanya dalam satu tahun. Keadaan tertentu meliputi harga barang-barang yang dibeli,

¹² Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*, 86

¹³ Agustina, *Manajemen Pemasaran*, 103

harga barang-barang yang dibeli, harga barang yang berkaitan, ada tidaknya persaingan, harapan akan terjadinya perubahan harga di masa yang akan datang, pendapatan konsumen, iklan, desain barang, model barang, kualitas barang, dan sebagainya.¹⁴

Hukum permintaan dibuat oleh Alfred Marshall setelah mengkaji data antara tingkat harga dengan permintaan (inipun dengan batasan yang sangat ketat), lalu diperoleh hubungan yang negatif sehingga dibuatlah satu kesimpulan bahwa ada hubungan terbalik antara harga terhadap permintaan, lalu dijadikanlah prinsip dasar teori permintaan.¹⁵

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa permintaan adalah banyaknya jumlah barang atau jasa yang diminta (komoditas) pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu.

Permintaan menurut daya beli masyarakat (*purchasing power*) dibagi menjadi tiga macam, yaitu:¹⁶

- 1) Permintaan efektif, yaitu adalah permintaan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa yang disertai daya beli atau kemampuan membayar. Pada permintaan jenis ini, seorang konsumen memang membutuhkan barang atau jasa itu dan ia mampu membayarnya.

¹⁴ Abd Halim, *Teori Ekonomi Mikro*, 9.

¹⁵ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Pengantar Teori Ekonomi*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka Nurani, 2014), 43

¹⁶ Abd Halim, *Teori Ekonomi Mikro*, 10

- 2) Permintaan potensial, yaitu adalah permintaan masyarakat terhadap suatu barang dan jasa yang sebenarnya memiliki kemampuan untuk membeli, tetapi belum melaksanakan pembelian barang atau jasa tersebut.
- 3) Permintaan absolut, yaitu adalah permintaan konsumen terhadap barang atau jasa yang tidak disertai dengan daya beli. Pada permintaan absolut konsumen tidak mempunyai kemampuan untuk membeli barang yang diinginkan.

Sedangkan permintaan menurut jumlah subjek pendukungnya dibagi menjadi dua, yaitu:¹⁷

- 1) Permintaan individu, yaitu adalah permintaan yang dilakukan seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.
- 2) Permintaan kolektif atau permintaan pasar, yaitu kumpulan dari permintaan perorangan atau individu atau permintaan secara keseluruhan para konsumen di pasar.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Permintaan pasar cenderung tidak stabil atau tidak tetap. Mereka dapat naik atau turun, bertambah atau berkurang. Ternyata ada banyak faktor yang mempengaruhi permintaan pasar. Adapun faktor-faktor tersebut yaitu:

¹⁷ Ibid., 10

1) Harga komoditas yang dibeli

Harga suatu barang akan sangat berpengaruh terhadap jumlah permintaan akan barang tersebut. Semakin murah harga suatu barang atau jasa maka permintaan terhadap barang atau jasa cenderung akan naik. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang atau jasa maka permintaan akan barang atau jasa tersebut semakin menurun.

2) Harga barang lain yang terkait

Jumlah permintaan juga bisa dipengaruhi oleh barang lain. Barang yang dimaksud adalah dua barang yang saling terkait.¹⁸

3) Pendapatan

Pendapatan juga dapat mempengaruhi corak permintaan terhadap berbagai jenis barang. Pendapatan yang dimaksud adalah tingkat pendapat per kapita masyarakat. Banyak sedikitnya pendapatan konsumen mencerminkan daya beli. Semakin tinggi tingkat pendapatan, maka daya beli akan semakin kuat, sehingga permintaan terhadap suatu barang akan meningkat. Sejumlah pendapatan masyarakat yang tertentu besarnya akan menimbulkan corak permintaan masyarakat yang berbeda apabila pendapatan tersebut diubah corak distribusinya.¹⁹

¹⁸ Ibid., 14

¹⁹ Abd Halim, *Teori Ekonomi Mikro*, 14

4) Selera atau kebiasaan

Cita rasa atau selera masyarakat tidak sama. Cita rasa atau selera masyarakat terhadap suatu barang atau jasa tertentu sangat mempengaruhi tinggi rendahnya permintaan akan suatu barang atau jasa tersebut.²⁰ Selera konsumen bersifat subjektif karena selera konsumen bergantung pada penilaian terhadap barang tersebut. Di samping itu, selera juga dipengaruhi oleh unsur tradisi dan agama. Naiknya selera konsumen terhadap suatu barang mengakibatkan naiknya permintaan terhadap barang tersebut. Begitupun sebaliknya, jika selera konsumen turun permintaan konsumen akan berkurang.²¹

5) Jumlah penduduk

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Tetapi biasanya pertumbuhan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini menambah daya beli dalam masyarakat.

Jumlah penduduk juga berkaitan dengan selera. Biasanya setiap penduduk mempunyai selera yang berbeda. Semakin banyak jumlah penduduk yang mempunyai selera atau kebiasaan akan

²⁰ Abd Halim, *Teori Ekonomi Mikro*, 14

²¹ Agus dan Nano, *Pengantar Teori Ekonomi*, 50

kebutuhan barang tertentu, maka semakin besar pula permintaan akan barang tersebut.

Selain itu pemerataan pendapatan di antara masyarakat sangat mempengaruhi volume belanja masyarakat. Jika pemerataan pendapatan buruk, berarti daya beli secara umum melemah, sehingga permintaan akan suatu barang akan menurun.

6) Iklan

Bujukan para penjual untuk membeli suatu barang besar sekali perannya dalam memengaruhi masyarakat. Usaha seperti promosi, kemasan barang yang bagus, layanan yang ramah dan lain-lain kepada pembeli sering mendorong orang untuk membeli banyak daripada biasanya. Untuk itu sangatlah penting suatu promosi suatu barang baik langsung dari pedagang ataupun juga dari yang lainnya. Selain itu kualitas atau pelayanan yang baik juga bisa menjadi sasaran yang bisa disebarkan konsumen melalui mulut ke mulut para konsumen.²²

7) Estimasi harga yang akan datang

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan pada masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Bila memperkirakan bahwa harga suatu barang akan naik di masa yang akan datang, adalah lebih baik membeli barang tersebut sekarang. Sehingga mendorong orang untuk membeli lebih banyak saat ini

²² Ibid., 14.

guna menghemat belanja di masa depan. Sebaliknya, ramalan akan lowongan kerja akan bertambah sukar diperoleh dan kegiatan ekonomi akan mengalami resesi, akan mendorong orang lebih berhemat dalam pengeluarannya dan mengurangi permintaan.²³

Dari penentu permintaan dapat diturunkan hubungan antara penentu permintaan dengan jumlah permintaan suatu barang sebagai berikut:²⁴

$$Q_d = f(P_y, I, T/P, \text{Pop}, E, A) \dots$$

Dimana :

Q_d = Jumlah yang diminta

P_y = Perubahan harga barang pengganti baik substitusi maupun komplementer

I = Pendapatan konsumen

T/P = Selera Masyarakat

Pop = Populasi/Jumlah penduduk

E = Ekspektasi harga-harga di masa yang akan datang

A = Iklan/Promosi

Karena banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu komoditas, maka para ahli ekonomi sepakat untuk memudahkan analisis hanya ada satu faktor saja yang mempengaruhi permintaan suatu komoditas yaitu harga komoditas itu sendiri. Sedangkan faktor lain dianggap tidak berubah atau

²³ Ibid., 14.

²⁴ Nikmatul Masruroh, *Mikro Ekonomi Islam: Sebuah Formulasi Perilaku Ekonom Muslim*, (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 46.

ceteris paribus, sehingga didapatkan fungsi permintaan sebagai berikut:

$$Q^d_x = f(P_x)$$

Hubungan harga dan jumlah barang yang diminta adalah semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan akan barang tersebut.²⁵

3. Penetapan harga berbasis permintaan

a. *Skimming Pricing*

Strategi ini diterapkan dengan jalan menetapkan harga tinggi bagi suatu produk baru selama pengenalan, kemudian menurunkan harga barang tersebut saat persaingan mulai ketat. Strategi ini baru bisa berjalan dengan baik jika konsumen tidak sensitif akan harga, tetapi lebih menekankan pertimbangan-pertimbangan kualitas, inovasi, dan kemampuan produk tersebut dalam memuaskan kebutuhannya.²⁶

Tujuan dari penetapan Strategi ini adalah:

1. Untuk melayani pelanggan yang tidak terlalu sensitif terhadap harga, selama belum ada persaingan.

²⁵ Ibid., 46

²⁶ Effendi M. Guntur, *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*, (Jakarta: CV Sagung Seto), 199

2. Untuk menutup biaya-biaya promosi dan riset pengembangan secepat mungkin melalui margin yang besar.
3. Untuk membatasi permintaan hingga tingkat yang tidak melampaui kapasitas produksi perusahaan.
4. Untuk berjaga-jaga terhadap kemungkinan terjadinya kekeliruan dalam penetapan harga, karena akan lebih mudah untuk menurunkan harga awal yang dirasakan terlalu tinggi oleh konsumen daripada menaikkan harga awal yang terlalu murah agar dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan.²⁷

b. *Penetration Pricing*

Dalam strategi ini perusahaan berusaha memperkenalkan suatu produk baru dengan harga rendah, dengan harapan dapat memperoleh volume penjualan yang besar dalam waktu relatif singkat. Selain itu strategi ini juga bertujuan untuk mencapai skala ekonomi dan mengurangi biaya per unit. Pada saat bersamaan strategi penetrasi juga dapat mengurangi minat dan kemampuan pesaing, karena harga yang rendah menyebabkan margin yang diperoleh setiap perusahaan menjadi terbatas.

²⁷ Agustina, *Manajemen Pemasaran*, 106.

c. *Price Lining*

Strategi ini digunakan apabila perusahaan menjual produk lebih dan satu jenis. Harga untuk lini produk tersebut bisa bervariasi dan ditetapkan pada tingkat harga tertentu yang berbeda.²⁸

d. *Prestige Pricing*

Prestige Pricing merupakan strategi menetapkan tingkat harga yang mahal, sehingga konsumen yang sangat peduli dengan statusnya akan tertarik dengan produk, dan kemudian membelinya. Produk-produk yang sering dikaitkan dengan metode ini antara lain permata, berlian, jaket kulit, dan lain-lain. Produk-produk ini malah sulit laku bila dijual dengan harga murah karena mungkin dipersepsikan sebagai produk bajakan atau curian.²⁹

4. Penetapan Harga Berbasis Biaya

a. Pengertian Biaya

Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Harga suatu produk harus menutupi seluruh biaya untuk produksi dan pemasaran barang tersebut, paling tidak untuk jangka panjang, sebagaimana halnya pendapatan yang layak diterima perusahaan atas investasi yang telah dilakukan dan risiko yang harus ditanggungnya.

²⁸ Guntur, *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*, 199

²⁹ Tjiptono dan Diana, *Pemasaran*, 228.

Adapun jenis biaya yang umumnya digunakan di perusahaan, yaitu:³⁰

- 1) Biaya tetap (*fixed cost*) yang sifatnya tetap untuk jangka pendek, tanpa dipengaruhi oleh volume produksi atau pendapatan dari penjualan. Tercakup didalamnya adalah bunga, sewa, gaji eksekutif, dan departemen fungsional (seperti pembelian dan R & D) yang dibutuhkan untuk mendukung produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Karena biaya tetap secara keseluruhan tetap jumlahnya tanpa tergantung pada jumlah volume, maka biaya tetap per unit produk akan menurun apabila perusahaan memproduksi atau menjual lebih banyak produk tersebut dalam suatu periode tertentu.
- 2) Biaya variabel (*variabel cost*) bervariasi secara keseluruhan terkait dengan taraf produksi, namun biaya per unit tetap sama tanpa tergantung pada biaya jumlah produksi. Tercakup di dalamnya adalah biaya bahan baku, kemasan, dan tenaga buruh yang diperlukan untuk memproduksi setiap unit produk.
- 3) Biaya total (*total cost*) terdiri atas jumlah biaya tetap dan biaya variabel untuk setiap tingkat produksi tertentu.
- 4) Biaya rata-rata (*average cost*) adalah biaya per unit pada tingkat produksi tersebut. Biaya ini sama dengan biaya total dibagi produksi. Manajemen ingin mengenakan harga yang setidaknya

³⁰ Abd Halim, *Teori Ekonomi Mikro*, 156.

akan menutupi total biaya produksi pada tingkat produksi tertentu.³¹

b. Metode penetapan harga berbasis biaya

1) *Cost Plus Percentage of Cost Pricing*

Dalam cara ini, perusahaan menambahkan presentase tertentu terhadap biaya produksi atau konstruksi. Cara ini sering digunakan untuk menentukan harga satu item atau beberapa item. Misalnya suatu perusahaan arsitektur menetapkan tarif sebesar 15% dari konstruksi suatu rumah. Jadi, bila biaya konstruksi suatu rumah adalah Rp.100 juta dan biaya untuk arsitek sebesar 15% dari biaya konstruksi, maka harga akhirnya adalah Rp. 115 juta. Metode ini merupakan metode yang paling sederhana yaitu hanya menambahkan angka standard pada biaya produk.³²

Metode penetapan harga ini mengabaikan permintaan dan harga pesaing yang kemungkinan besar tidak menghasilkan harga terbaik. Ada beberapa keuntungannya bila menggunakan metode ini, yaitu:

- a) Penjual lebih memastikan soal biaya ketimbang soal permintaan. Dengan meningkatkan harga pada biaya, pedagang mempermudah penetapan harga. Mereka tidak perlu sering melakukan penyesuaian harga kalau terjadi perubahan permintaan.

³¹ Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*, 90

³² Agustina, *Manajemen Pemasaran*, 108.

- b) Kalau semua perusahaan dalam suatu industry menggunakan metode penetapan ini, harga cenderung seragam dan persaingan diminimalkan.
- c) Banyak orang merasa bahwa penetapan harga dengan menambahkan angka pada biaya lebih wajar bagi pembeli dan penjual. Penjual memperoleh pengembalian yang wajar atas investasinya tetapi tidak mengambil keuntungan dari pembeli ketika permintaan naik.³³

2) *Cost Plus Fixed Fee Pricing*

Metode ini banyak digunakan dalam produk-produk yang sifatnya sangat teknis, seperti mobil, pesawat, atau satelit. Dalam strategi ini, pemasok atau produsen akan mendapatkan ganti atas semua biaya yang dikeluarkan sebarang besarnya, tetapi produsen tersebut hanya memperoleh fee tertentu sebagai laba yang besarnya tergantung pada biaya final proyek tersebut yang disepakati bersama. Sebagai contoh, misalkan Singapura menyepakati untuk membayar PT Satelit Mantap seharga Rp.5 trilyun sebagai biaya peluncuran satelit SSI dan *fee* sebesar Rp. 500 milyar. Bila kemudian ternyata biaya peluncuran ternyata membengkak hingga mencapai Rp.6 trilyun, maka *fee* yang diterima PT Satelit Mantap tetap sebesar Rp. 500 milyar.³⁴

³³ Ibid., 109.

³⁴ Tjiptono dan Diana, *Pemasaran*, 231.

3) Metode penetapan harga *Mark-Up* (*Mark-Up Pricing Method*)

Metode ini adalah variasi lain dari metode *cost plus*. Perhitungannya hampir sama. Hanya perbedaanya, metode ini diterapkan pada produk yang dibeli untuk dijual kembali tanpa melalui proses lebih lanjut. Sedangkan pada metode *cost plus*, produk dibuat sendiri kemudian dijual. Metode ini banyak dipakai oleh pedagang perantara dan juga pedagang yang mana dagangannya memang tanpa melalui proses produksi. Formula dari metode ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga Beli} + \text{Mark Up}$$

Mark Up adalah kelebihan harga jual produk di atas harga beli. Keuntungan diperoleh dari sebagian *mark up*. Selain itu pedagang juga harus mengeluarkan sejumlah biaya eksploitasi yang diambilkan dari sebagian *mark up*.³⁵

Penetapan harga *mark up* tetap populer karena beberapa alasan. Pertama, penjual dapat menentukan biaya jauh lebih mudah dibandingka dengan melalui cara memperkirakan permintaan. Dengan mengaitkan harga dengan biaya, penjual menyederhakanan penetapan harga tersebut. Kedua, jika semua perusahaan dalam industri tersebut menggunakan metode

³⁵Muh Abdul Halim, *Teori Ekonomi Mikro*, 146

penetapan harga ini, harga-harga akan cenderung serupa. Karena itu, persaingan harga akan diminimalkan, yang tidak akan terjadi jika perusahaan-perusahaan memberikan perhatian pada perubahan-perubahan permintaan. Ketiga, banyak orang merasa bahwa penetapan harga dengan menambahkan biaya dianggap lebih adil bagi pembeli maupun penjual. Penjual tidak memanfaatkan pembeli ketika permintaan pembeli dirasakan mendesak, dan penjual memperoleh tingkat pengembalian yang adil atas investasi.³⁶

5. Penetapan Harga Berbasis Laba

Dalam metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau investasi. Adapun metode penetapan harga berbasis pada laba adalah sebagai berikut:

a. Target *Profit Pricing*

Pada metode ini umumnya berupa penetapan atas besarnya target laba tahunan yang dinyatakan secara spesifik. Pada metode ini target laba ditetapkan atas dasar volume penjualan tahunan suatu produk.

b. Target *Return on Sales Pricing*

Dalam metode ini, perusahaan menetapkan tingkat harga tertentu yang dapat menghasilkan laba dalam persentase tertentu

³⁶ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 94

terhadap volume penjualan. Biasanya metode ini banyak digunakan oleh jaringan-jaringan supermarket.

c. *Target Return on Investmen Pricing*

Dalam metode ini perusahaan menetapkan besarnya suatu target ROI tahunan, yaitu rasio antara laba dengan investasi total yang ditanamkan perusahaan pada fasilitas produksi dan aset yang mendukung produk tertentu. Kemudian harga ditentukan agar dapat mencapai target ROI tersebut.³⁷

6. Penetapan Harga Berbasis Persaingan

a. Persaingan

Persaingan mencakup semua penawaran dan produk substitusi yang ditawarkan oleh pesaing, baik yang aktual maupun potensial, yang mungkin dipertimbangkan oleh pembeli.³⁸ Harga jual produk ditetapkan berdasarkan harga produk pesaing dan tidak didasarkan pada unsur biaya. Hargalah yang menentukan biaya produk. Metode ini ditetapkan agar harga jual produk tidak lebih tinggi dari harga produk pesaing.³⁹

b. Metode penetapan harga persaingan

Metode penetapan ini berorientasi pada kekuatan pasar dimana harga jual dapat ditetapkan sama dengan harga jual pesaing, di atas

³⁷ Guntur, *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*, 204

³⁸ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (Surabaya: Erlangga, 2008), 15

³⁹ Abd Halim, *Teori Ekonomi Mikro*, 147

harga pesaing atau di bawah harga pesaing. Metode penetapan harga ini terdiri dari tiga, yaitu:⁴⁰

1) Penetapan harga sama dengan harga saingan.

Penetapan harga seperti ini memang akan lebih menguntungkan jika dipakai pada saat harga dalam persaingan itu tinggi. Dan pada umumnya digunakan oleh penjual untuk barang-barang standar.

2) Penetapan harga di bawah harga saingan.

Penetapan harga seperti ini biasanya digunakan oleh para pengecer dan sering kali produsen tidak mengetahui adanya praktik-praktik yang demikian. Pengecer pada dasarnya melihat bahwa nama baik produsen ikut membawa nama baik pengecer.

3) Penetapan harga di atas harga saingan.

Penetapan harga demikian memang hanya sesuai digunakan oleh perusahaan yang sudah memiliki reputasi atau perusahaan yang menghasilkan barang-barang prestise. Hal ini dilatarbelakangi suatu pertimbangan bahwa seringkali konsumen kurang memperhatikan harga dalam pembeliannya, tetapi konsumen lebih mengutamakan kualitas atau faktor prestise yang akan diperolehnya dari barang tersebut.

Metode penetapan harga ini terjadi lumayan populer. Apabila biaya sulit diukur atau tanggapan pesaing tidak pasti, maka

⁴⁰ Ibid., 159

perusahaan-perusahaan merasa metode penetapan harga ini merupakan jalan keluar yang baik, karena hal itu dianggap mencerminkan kebijaksanaan bersama industri tersebut.⁴¹

7. Pandangan Islam Terhadap Penetapan Harga

a. Harga yang adil dalam Islam

Dalam Islam, penggunaan kata harga (*tsaman*) memiliki beberapa istilah diantaranya *sir al mitsl*, dan *thaman al mitsl qimah al adl*.⁴² Adapun pengertian harga secara umum adalah perkara yang tidak tentu dengan ditentukan.⁴³ Dalam artian ialah harga sewaktu-waktu dapat berubah seiring dengan terjadinya kekuatan tarik menarik antara penjual dan pembeli. Pada suatu waktu, harga sesuatu barang mungkin naik karena gaya tarik konsumen (karena sesuatu hal) menjadi lebih kuat (yaitu para konsumen meminta lebih banyak barang tersebut). Sebaliknya harga sesuatu barang turun apabila permintaan para konsumen melemah.⁴⁴

Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Istilah *qimah al-adl* atau

⁴¹ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 98

⁴² Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 211.

⁴³ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Mualamah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 86.

⁴⁴ Boediono, *Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2015), 8.

harga yang adil merupakan harga yang dibayar untuk objek yang sama yang diberikan pada waktu dan tempat diserahkan.⁴⁵

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum, harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualannya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.⁴⁶ Seperti firman Allah dalam QS. An-nisa: 29

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

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.⁴⁷

⁴⁵ Wibowo dan Supriadi, *Ekonomi Mikro*, 211.

⁴⁶ P3EI Universitas Islam Yogyakarta dan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), 331

⁴⁷ Kementerian Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Mikhraj Khazanah Ilmu, 2014), 83.

b. Penetapan harga menurut Islam

Rasulullah SAW. menyatakan bahwa harga di pasar itu ditentukan oleh Allah. Ini berarti bahwa harga di pasar tidak boleh diintervensi oleh siapapun. Dalam hadis nabi bersabda:⁴⁸

عن انس بن مالك قال: قال الناس: يا رسول الله غالا السعر فسعر لنا.
فقال رسوالله صلى الله عليه وسلم: ان الله هو المسعر القابض الباسط الرازق وئني
نأرجو أن ألقى الله وليس أحد منكم يط لبني بمظلمة في دم ولا مال. (رواه ابو
داود)

Artinya: Dari anas bin malik berkata: Anas berkata: “Wahai Rasulullah tentukanlah harga untuk kita!”. Beliau menjawab, “Allah itu sesungguhnya adalah penentu harga penahan, pencurah, serta pemberi rizki. Aku mengharapkan dapat menemui tuhanku dimana salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta”. (HR. Abu Dawud).⁴⁹

Dari itu sudah disebutkan bahwa Rasulullah tidak mau menentukan harga. Hal ini menunjukkan bahwa ketentuan harga itu diserahkan pada mekanisme pasar yang alamiah. Hal ini dapat dilakukan ketika pasar dalam keadaan normal, 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 tidak ada pihak yang dirugikan.

Di samping itu harga dapat terjadi ketika ada seseorang yang menjadi penghubung (makelar) antara pedagang yang dari pedesaan,

⁴⁸ Imam Hafidz Abu Dawud Sulaiman, *Sunan Abu Dawud*, 479.

⁴⁹ P3EI UIY dan BI, *Ekonomi Islam*, 302.

kemudian ia membeli dagangan itu sebelum masuk pasar sehingga para pedagang desa belum tahu harga di pasar yang sebenarnya. Kemudian pedagang penghubung tadi menjualnya di kota dengan mengambil keuntungan besar yang diperoleh dari pembelian mereka terhadap pedagang pedesaan. Praktik seperti ini dilarang oleh Rasulullah karena dapat menimbulkan penyesalan dari pedagang pedesaan tersebut.

Pada prinsipnya Islam tidak melarang perdagangan, kecuali ada unsur-unsur kedzaliman, penipuan, penindasan dan mengarah pada suatu yang dilarang.⁵⁰



⁵⁰ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), 172

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Definisi tersebut lebih menekankan pada jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian yakni data deskriptif kualitatif. Dengan kata lain penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan berupaya menggali makna dari suatu fenomena berdasarkan fakta-fakta yang sudah ada.¹ Penelitian kualitatif bermaksud untuk mengetahui fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara menyeluruh dan dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.²

Peneliti menggunakan metode ini karena peneliti ingin berproses di dalam penelitian ini. Seperti diketahui bahwa penelitian ini memiliki ciri khas penekanan pada prosesnya. Proses berarti melihat bagaimana fakta, realita, gejala, dan peristiwa itu terjadi dan dialami secara khusus tentang bagaimana peneliti terlibat didalamnya dan menjalin relasi dengan orang lain. Penekanan pada proses ini mengandaikan adanya tahapan yang perlu dilalui dan tidak

¹ M.Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 9

² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 6

langsung jadi.³ Dengan metode ini peneliti dapat terjun secara langsung kelapangan. Hal ini diperlukan untuk mengetahui bagaimana metode yang digunakan pedagang buah di Pasar Gebang untuk menetapkan harga jual. Dengan metode ini peneliti tentunya ingin berproses dalam artian di saat melakukan penelitian, peneliti ingin memahami fenomena-fenomena yang dialami subjek penelitian baik itu tingkah laku, motivasi, persepsi dan yang lainnya secara menyeluruh yang berkaitan dengan fokus penelitian yang dilakukan peneliti. Sehingga diharapkan peneliti dapat menggambarkan secara nyata dan sesuai dengan fakta-fakta yang ada.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertempat di Pasar Gebang Jember. Pasar Gebang adalah salah satu pasar rakyat yang terdapat di Kabupaten Jember, Jawa Timur. Pasar ini didirikan pada tahun 1970. Pasar ini merupakan pasar rakyat yang letaknya berada di dekat kota yaitu di desa Gebang kabupaten Jember dengan luas 13.580m². Pasar ini terbagi atas Pasar Gebang atas dan Pasar Gebang bawah. Dari luas pasar secara keseluruhan terbagi menjadi dua yaitu luas Pasar Gebang atas 4.070m² dan luas Pasar Gebang bawah 9.510m².⁴

Pasar Gebang ini tergolong pasar tradisional daerah. Meskipun begitu pedagang dan konsumen di Pasar ini berasal dari berbagai daerah di kota Jember. Bahkan sebagian pedagang juga berasal dari luar Kabupaten Jember. Berbeda dengan pasar tradisional lain yang ada di Jember yang mayoritas

³ Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Grasindo, 2010), 83

⁴http://dinaspasar.Jemberkab.net/index.php?option=com_content&view=article&id=70&catid=18
diakses pada tanggal 13/11/ 2018 pukul: 17.20

hanya terdapat pedagang dan konsumen dari daerah itu sendiri. Selain itu diwaktu pagi hari kisaran pukul 05.00 sampai pukul 07.00 petani buah menjual buahnya kepada pedagang di Pasar Gebang. Jadi transaksi jual beli di Pasar Gebang bukan hanya antara pedagang dengan konsumen, melainkan juga antara pedagang dengan petani.⁵

Aktifitas pedagang di Pasar Gebang tergolong sangat ramai utamanya pedagang buah, bahkan pada waktu tertentu pedagang buah dari luar kota berdatangan ke Pasar Gebang. Pedagang di Pasar Gebang ini bukan hanya menjual buahnya pada masyarakat biasa, namun juga menjual buahnya pada pedagang buah dari pasar lain, seperti pedagang di Pasar Tanjung, Pasar Sabtuan dan Pasar Kencong. Selain itu pedagang di Pasar Gebang juga menjual buahnya ke luar Kabupaten Jember seperti ke Pasuruan, Probolinggo dan Surabaya.⁶

Dari ramainya aktifitas jual beli buah inilah Pasar Gebang lebih dikenal dengan Pasar Buah. Alasan memilih lokasi ini karena Pasar Gebang adalah salah satu pasar yang aktifitas jual beli buahnya terbilang sangat ramai, sehingga pangsa pasarnya lebih besar karena konsumen dari Pasar Gebang berasal dari seluruh wilayah di Kabupaten Jember dan juga luar Kabupaten Jember.

⁵ Hasil Wawancara Pada 6 Pedagang Buah di Pasar Gebang, 03 Maret 2019

⁶ Ibid.,

C. Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive* untuk menentukan informan. *Purposive* adalah suatu teknik penetapan informan dengan cara memilih informan diantara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti (tujuan/masalah dalam penelitian), sehingga informan tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang lebih dikenal sebelumnya.⁷

Adapun kriteria informan yang akan dipilih oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pedagang buah di Pasar Gebang: Bapak Suri, Bapak Totok, Ibu Wiwik, Ibu Fatimah, Bapak Samsul, Bapak Firman, Ibu Leha.
2. Konsumen buah di Pasar Gebang: Ibu Eni, Bapak Faisol, Ibu Halimah, Bapak Ilzam.
3. Dinas pasar di Pasar Gebang: Bapak Slamet (Bedahara Penerima Pembantu Pasar Gebang), Bapak Supatmo (Pegawai Dinas di Pasar Gebang Jember).

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik observasi langsung dan jenis observasi partisipasi pasif. Maksud dari partisipasi

⁷ Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2017), 94

pasif adalah penulis datang ke tempat kegiatan orang atau subjek yang diamati, akan tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.⁸

Penulis melakukan pengamatan dengan teknik observasi langsung, yaitu penulis mengamati seluruh kegiatan yaitu ketika transaksi jual beli sedang berlangsung yang nantinya akan menjadi salah satu sumber data yang kemudian dapat diolah menjadi bahan analisis. Dalam penelitian ini, penulis mengamati cara pendistribusian buah dari petani kepada pedagang buah di Pasar Gebang Jember.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁹ Teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara semi terstruktur. Tujuan peneliti menggunakan teknik ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana informan yang diwawancarai dapat menyampaikan pendapat dan idenya secara terbuka.

Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah dibuat oleh penulis. Pertanyaan yang dibuat oleh penulis dalam pedoman wawancara dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan informasi yang diperlukan saat wawancara sehingga wawancara dapat berjalan dengan terbuka namun tetap fokus pada masalah penelitian.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 227

⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 186

Adapun data yang diperoleh penulis dari hasil wawancara dengan narasumber yaitu tentang metode penetapan harga yang digunakan oleh pedagang buah di Pasar Gebang, implikasi metode yang digunakan terhadap harga jual buah dan juga implikasi metode yang digunakan terhadap laba yang diperoleh oleh pedagang buah di Pasar Gebang.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya.¹⁰ Hasil penelitian ini akan lebih dipercaya kebenarannya apabila didukung oleh adanya dokumentasi. Adapun dalam penelitian ini penulis memperoleh dokumentasi yang berkaitan dengan metode penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Gebang, diantaranya berupa dokumen Pasar Gebang dan catatan transkrip Pasar Gebang.

E. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang telah diperoleh baik itu catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya.¹¹ Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kondensasi Data

“Data condensation refers to the process of selecting data, focusing, simplifying, abstracting, and transforming the data that appear

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Praktek*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 206.

¹¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 247.

in written-up field notes or transcriptions".¹² Dalam kondensasi data merujuk kepada proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi dan mentransformasi data yang terdapat pada catatan lapangan maupun transkrip dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut.

a. *Selecting*

Penulis harus bertindak selektif, yaitu menentukan dimensi-dimensi mana yang lebih penting, hubungan-hubungan mana yang mungkin lebih bermakna, dan sebagai konsekuensinya, informasi apa yang dapat dikumpulkan dan dianalisis. Informasi-informasi yang dikumpulkan berhubungan dengan metode penetapan harga. Peneliti mengumpulkan seluruh informasi tersebut untuk memperkuat penelitian.¹³

b. *Focussing*

Memfokuskan data merupakan bentuk praanalisis. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan data yang berhubungan dengan fokus penelitian. Tahap ini merupakan kelanjutan dari tahap seleksi data.¹⁴ Peneliti hanya membatasi data yang berdasarkan fokus penelitian, yaitu yang berhubungan dengan metode penetapan harga.

c. *Abstracting*

Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses, dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap

¹² Matthew B. Miles, *dkk*, *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*, (USA: Sage Publications, 2014), 12.

¹³ *Ibid.*, 18.

¹⁴ *Ibid.*, 19.

berada di dalamnya. Pada tahap ini, data yang telah terkumpul dievaluasi, khususnya yang berkaitan dengan kualitas dan kecukupan data.¹⁵ Data yang dievaluasi yaitu yang berhubungan dengan metode penetapan harga.

d. *Simplifying dan Transforming*

Data dalam penelitian ini selanjutnya disederhanakan dan ditransformasikan dalam berbagai cara, yakni melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan data dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Data display adalah kumpulan informasi yang terorganisir dan sistematis yang digunakan untuk penarikan kesimpulan dan aksi yang akan dilakukan selanjutnya.¹⁶ Peneliti dapat dengan mudah memahami makna dari sebuah data yang sudah ada dan dapat merencanakan langkah kerja selanjutnya berdasarkan yang telah dipahami. Peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian singkat dan tabel guna menggambarkan metode penetapan harga.

3. Kesimpulan, Penarikan/Verifikasi (*Conclusion, Drawing/Verification*)

Peneliti menyimpulkan data sesuai dengan fokus penelitian yang telah dikemukakan. Data-data yang sudah didesksripsikan disimpulkan secara umum. Simpulan tersebut meliputi, metode penetapan harga oleh

¹⁵ Ibid., 19.

¹⁶ Ibid., 12.

pedagang buah. Setelah disimpulkan, analisis data kembali pada tahap awal sampai semua data kompleks.

F. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.¹⁷ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber.

Teknik triangulasi sumber yaitu, peneliti membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari masing-masing sumber atau informan penelitian sebagai pembanding untuk mengecek kebenaran informasi yang didapatkan.

G. Tahapan-Tahapan Penelitian

Tahapan-tahapan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti diantaranya:

1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan adalah tahap dimana peneliti mencari gambaran permasalahan dan latar belakang serta referensi yang terkait dengan tema sebelum terjun ke lapangan. Peneliti telah mendapatkan gambaran permasalahan mengenai penetapan harga pada usaha dagang buah dengan mengangkat judul “Metode Penetapan Harga oleh Pedagang

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 330.

Buah di Pasar Gebang Jember”. Adapun tahapan-tahapan yang diidentifikasi oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun pelaksanaan penelitian
 - b. Memilih lokasi penelitian
 - c. Mengurus surat perizinan penelitian
 - d. Memilih dan memanfaatkan informasi
 - e. Mempersiapkan perlengkapan-perengkapan penelitian.¹⁸
2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini peneliti memasuki lapangan untuk melihat, memantau, dan meninjau lokasi penelitian di Pasar Gebang Jember. Peneliti mulai memasuki objek penelitian dan mencari serta mengumpulkan data-data dengan alat yang sudah disediakan baik itu secara tertulis, rekaman, maupun dokumentasi. Perolehan data tersebut akan segera diproses untuk mendapatkan informasi mengenai objek penelitian.

3. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini peneliti melakukan teknik analisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung atau selama peneliti berada di lapangan. Peneliti melakukan analisis terhadap beberapa jenis data yang diperoleh dengan cara wawancara dan observasi. Dalam tahap ini peneliti mengkonfirmasi kembali data yang didapat dari lapangan dengan teori yang digunakan.

¹⁸ Ibid., 133.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Pasar Gebang

Pasar Gebang Kabupaten Jember merupakan salah satu tempat kegiatan ekonomi masyarakat terutama perdagangan baik barang ataupun jasa yang berdiri pada tahun 1970 yang beralamatkan di jalan melati Kelurahan Gebang Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Pasar Gebang ini berada di bawah naungan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember. Dahulunya Pasar Gebang ini merupakan tanah makam umum. ketika makam ini dipindahkan, kemudian beralih fungsi menjadi sebuah terminal. Berdasarkan kebijakan pemerintah daerah setempat kemudian terminal ini juga mulai berpindah posisi, maka area ini kemudian dimanfaatkan oleh pedagang untuk berjualan. Pada mulanya area ini hanya dikhususkan untuk aktifitas jual beli onderdil mobil. Namun seiring perkembangan zaman jual beli onderdil mobil mengalami pergeseran, sehingga Pasar Gebang yang semula dikenal sebagai tempat jual beli onderdil kini aktifitas pedagangnya bervariasi, termasuk palawija, sembako, daging dan buah, akan tetapi aktifitas jual beli onderdil mobil masih tetap berlangsung hingga saat ini.¹

Pasar Gebang menjadi semakin dipadati oleh pedagang ketika dimulainya proyek pembangunan Plaza Johar. Awalnya pedagang di Pasar

¹ Slamet(Bendahara Penerima Pembantu Pasar Gebang), Wawancara, Jember 20 Maret 2019

Gebang tidak terlalu banyak, namun ketika pembangunan itu rampung pedagang yang mulanya berjualan di area Pasar Johar mulai dipindahkan ke Pasar Gebang. Adapun yang beraktifitas di sana sebagian adalah pendatang baru dan juga masyarakat sekitar.²

Seiring dengan perkembangan zaman Pasar Gebang menjadikan Pasar yang semakin komplek seperti adanya Pasar Loak, Pasar Burung, Pasar Sembako, Pasar Buah dan Pertokoan Sepatu. Pasar Gebang ini menjadi tiga bagian yakni Pasar Gebang atas yang merupakan pasar loak onderdil sepeda motor dan pertokoan sepatu. Sedangkan Pasar Gebang bawah dibagi lagi menjadi dua bagian yakni pasar sebelah timur yang merupakan Pasar Burung dan Pasar sebelah barat merupakan Pasar Loak onderdil kendaraan bermotor, Pasar Buah dan sembako sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehari-hari.³

Pasar Gebang bawah khususnya Pasar Buah menjual berbagai buah dari daerah lokal Jember dan juga dari luar Jember seperti Banyuwangi, Malang, Pasuruan, Bondowoso, Bali. Pedagang disini bukan hanya pedagang eceran, melainkan juga ada pengepul yang menjual buahnya ke berbagai daerah baik di dalam ataupun di luar kota Jember. Pasar buah ini memang dikhususkan untuk menampung buah musiman, seperti: buah rambutan, langsung, durian, dan lain-lainnya yang biasanya langsung

² Ibid.,

³ Ibid.,

dikirim oleh petani. Pasar Gebang atas dan pasar Gebang bawah dikelola atau dipimpin oleh seorang BPP(Bendahara Pembantu Penerima).⁴

2. Letak Geografis Pasar Gebang

Pasar Gebang adalah Pasar Tradisional yang terdiri dari Pasar Gebang Bawah dan Pasar Gebang Atas. Luas tanah Pasar Gebang adalah 13.580M2. Luas ini terbagi lagi dari luas Pasar Gebang Atas 4.070 M2 dan luas Pasar Gebang Bawah 9.510 M2.

Batas wilayah Pasar Gebang Atas:

- a. Sebelah selatan dari Pasar Gebang berbatasan dengan Jalan Kaca Piring
- b. Sebelah utara dari Pasar Gebang berbatasan dengan Sawah
- c. Sebelah timur dari Pasar Gebang berbatasan dengan Perkampungan
- d. Sebelah barat dari Pasar Gebang berbatasan dengan Perkampungan dan Kuburan

Batas wilayah Pasar Gebang Bawah:

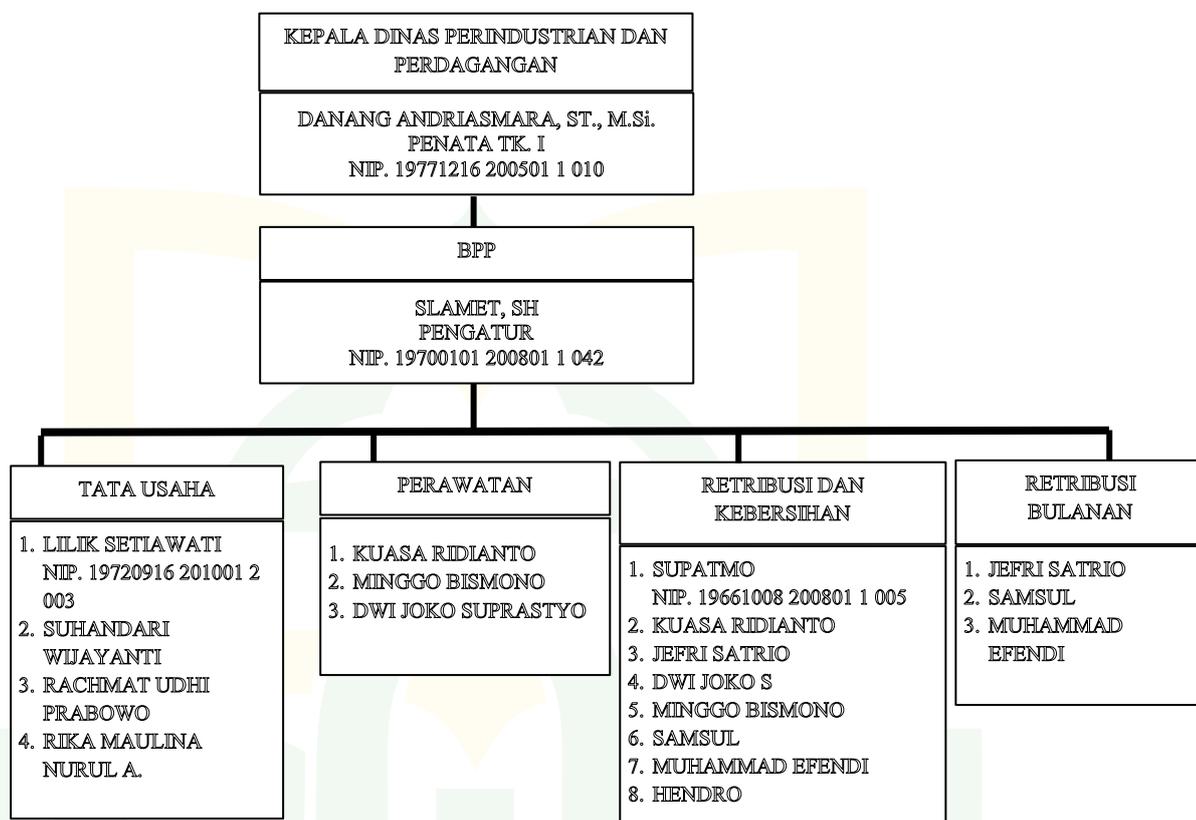
- a. Sebelah selatan dari Pasar Gebang berbatasan dengan Perkampungan
- b. Sebelah utara dari Pasar Gebang berbatasan dengan Jalan Kaca Piring
- c. Sebelah timur dari Pasar Gebang berbatasan dengan Jalan Melati
- d. Sebelah barat dari Pasar Gebang berbatasan dengan sungai.⁵

⁴ Ibid.,

⁵ http://dinaspasar.Jemberkab.net/index.php?option=com_content&view=article&id=70&catid=18
diakses pada tanggal 10/04/ 2019 pukul: 18.20

3. Struktur Pasar Gebang

Gambar 4.1
Struktur Pasar Gebang



Sumber: Dokumen Pasar Gebang

Adapun satuan tugas dari struktur yaitu:⁶

- a. BPP bertugas sebagai staf Diskoperindag yang ditunjuk dan bertanggung jawab untuk membantu menangani dan mengelola pasar. Dalam hal ini BPP berada di bawah bendahara penerimaan Diskoperindag untuk membantu tugas di unit pasar yang ditunjuk.
- b. Tata Usaha bertugas untuk membantu tugas-tugas BPP dalam hal administrasi kantor.

⁶ Dokumen Pasar Gebang

- c. Perawatan bertugas sebagai tenaga perawat setingkat petugas kebersihan di pasar
- d. Retribusi dan Kebersihan, petugas retribusi yaitu menagih atau menarik pajak pasar yang berupa retribusi baik harian maupun bulanan yang dibagi beberapa petugas sesuai dengan kebutuhan di Kantor Pasar. Sedangkan petugas kebersihan sesuai dengan fungsinya melakukan kewajibannya membersihkan, menyapu dan mengambil sampah-sampah pedagang di area Pasar.
- e. Retribusi Bulanan yang dikhususkan untuk toko-toko dan kios di area pasar. Penarikannya dilakukan setiap bulan sesuai dengan tanggal jatuh tempo.⁷

B. Penyajian dan Analisis Data

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi untuk mendukung penelitian ini. Proses selanjutnya dari skripsi ini adalah menyajikan hasil data yang diperoleh selama penelitian. Setelah melakukan proses pengumpulan data di lapangan, kiranya dirasa cukup data yang diperoleh maka penelitian bisa dihentikan. Secara beruntun akan disajikan data-data hasil penelitian yang mengacu pada fokus masalah, sebagai berikut:

⁷ Observasi di Pasar Gebang 20 Maret 2019

1. Metode Penetapan Harga oleh Pedagang Buah di Pasar Gebang Jember

Harga merupakan komponen yang sangat berpengaruh terhadap laba suatu usaha. Menetapkan harga jual suatu barang dalam sebuah usaha sangatlah penting. Penentuan yang tepat itulah yang nantinya akan menentukan berapa laba yang akan diperoleh dari hasil usaha kita.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis di Pasar Gebang Jember memperoleh data-data sebagai berikut:

a. Asal Buah

Hasil wawancara dengan Bapak Suri pedagang buah di Pasar Gebang

Saya ini dek membeli buah ada yang dari petani langsung, selain itu ada juga yang membeli di Pasar Gebang ini tiap paginya, kisaran pukul 05.00 itu dek dan juga dari pedagang luar Kabupaten Jember untuk jenis buah tertentu.⁸

Hasil wawancara dengan Bapak Totok pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Buah saya ya belinya ada yang dari petani, ada juga yang beli langsung dari pedagang rumahan yang menjualnya disini selain itu untuk jenis buah tertentu juga ada yang dari pedagang luar Kabupaten Jember.⁹

Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Untuk buah saya beli langsung dari petani, selain itu terkadang jika sudah kehabisan stok dan permintaan konsumen banyak maka saya beli ke sesama pedagang.¹⁰

⁸ Suri(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

⁹ Totok(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

¹⁰ Wiwik(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 13 Maret 2019

Hasil wawancara dengan Bapak Samsul pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Buah yang saya jual ini merupakan buah yang saya beli langsung dari petani, terkadang juga ada yang menjual buahnya itu di antar langsung ke rumah, akan tetapi juga ada buah yang saya beli dari pedagang desa yang menjualnya di Pasar Gebang ini ketika pagi hari.¹¹

Hasil wawancara dengan Ibu Fatimah pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Saya beli buahnya langsung dari petani, sehingga bisa lebih murah. Selain itu saya juga beli buah yang dari luar Kabupaten Jember ke pedagangnya.¹²

Hasil wawancara dengan Bapak Firman pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Saya beli buah langsung dari petani, kecuali jika sedang kepepet saya beli buahnya ya ke pedagang-pedagang di pasar ini.¹³

Hasil wawancara dengan Ibu Leha pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Saya kulak buah dari pedagang desa yang menjual buahnya di Pasar Gebang ini.¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang buah di Pasar Gebang Jember, buah yang didapat pedagang hampir sama, yaitu dari petani dan dari pedagang yang berasal dari desa. Hal itu dikarenakan ketika pagi hari kisaran pukul 05.00 WIB sampai pukul 07.30 WIB di Pasar Gebang terdapat pedagang desa yang menjual buahnya kepada

¹¹ Samsul(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 1 Maret 2019

¹² Fatimah(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 03 Maret 2019

¹³ Firman(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 17 Maret 2019

¹⁴ Leha(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 21 Maret 2019

para pedagang buah di Pasar Gebang Jember. Selain itu juga ada sebagian pedagang yang membeli dagangannya dari pedagang luar Kabupaten Jember.

b. Biaya

Hasil wawancara dengan Bapak Suri pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Untuk biaya tergantung ya dek, misal buah A itu kulaknya di Pasar Gebang pada pagi hari maka biaya yang dikeluarkan hanya harga kulak buah. Lain lagi halnya ketika kulak buah di petani maka akan nambah biaya transportasi dan biaya kuli panggulnya. Namun terlepas dari itu setelah ditotal masih lebih murah harga buah dari petani. Biasanya setiap kwuintal selisihnya kisaran Rp. 50.000 – Rp. 100.000. Untuk pedagang seperti saya ini kan tidak pakai kios, jadi ya nambah biaya kebersihan saja tiap harinya Rp. 5.000,-¹⁵

Hasil wawancara dengan Bapak Totok pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Untuk biaya biasanya saya total seluruh biaya yang saya keluarkan lalu dibagi jumlah buah. Nanti akan ketemu besaran biaya setiap kg nya. Biasanya biaya yang saya keluarkan itu antara lain kuli panggul dan transportasi. Untuk kuli panggul biasanya per wadah(gerunjung buah) itu Rp.5000,- untuk transportasinya tergantung jauhnya tempat kulak buah. Biasanya untuk biaya dihitung per wadah juga yaitu Rp.10.000,- per wadah itu. Selain itu untuk biaya lain ya nambah biaya operasional kebersihan pasar saja setiap harinya ya rata-rata Rp.5.000,- tergantung banyaknya sampah, jadi tempat saya ini tidak terkena karcis¹⁶

¹⁵ Suri(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

¹⁶ Totok(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Untuk biaya hanya kisaran harga kulak buah, selain itu jika kulak buahnya langsung dari petani maka akan nambah biaya transportasi dan kuli panggul. untuk kulak buah tergantung pada harga pasar ya dek, nanti saya sesuaikan. Untuk biaya transportasi kalau sudah kulak di petani paling sedikitnya transportasinya Rp.100.000,- selebihnya tergantung pada banyaknya buah. Untuk kios sendiri ya bayar sih dek setiap bulannya Rp.243.000,- itu sudah termasuk kebersihannya ya dek.¹⁷

Hasil wawancara dengan Bapak Samsul pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

Untuk biaya biasanya saya total seluruh biaya yang saya keluarkan lalu dibagi jumlah buah. Nanti akan ketemu besaran biaya setiap kg nya. Biasanya biaya yang saya keluarkan itu antara lain kuli panggul dan transportasi. Untuk kuli panggul biasanya per wadah(gerunjung buah) itu Rp.5000,- untuk transportasinya tergantung jauhnya tempat kulak buah dan banyaknya buah. untuk tempat hanya bayar kebersihan tiap harinya dek, itupun bergantung pada banyaknya sampah tiap harinya, kalau dirata-rata kisaran Rp.5000,- tiap harinya dek.¹⁸

Hasil wawancara dengan Ibu Fatimah pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Untuk biaya ya harga kulak buah dan juga uang transportasi, selain itu juga sak atau gerunjung. Karena ketika saya kulak buah ke petani tidak disediakan tempata buah, jadi saya disuruh bawa sendiri. Untuk harga wadah(gerunjung) kisaran Rp.5000,- dan untuk transportasi seharga Rp.100.000,- itupun harga minimalnya. Untuk biaya lain yang saya keluarkan ya biaya kebersihan tempat saya ini, karena awalnya saya membeli tempat ini berupa warung lalu dijadikan gudang tempat buah, untuk tiap harinya rata-rata Rp. 5.000,-¹⁹

¹⁷ Wiwik(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 13 Maret 2019

¹⁸ Samsul(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 1 Maret 2019

¹⁹ Fatimah(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 03 Maret 2019

Hasil wawancara dengan Bapak Firman pedagang buah di
Pasar Gebang Jember

Untuk biaya hanya kisaran harga kulak buah, selain itu jika kulak buahnya langsung dari petani maka akan nambah biaya transportasi dan kuli panggul. Untuk kios sendiri ya bayar sih dek setiap bulannya Rp.243.000,- itu sudah termasuk kebersihannya ya dek.²⁰

Hasil wawancara dengan Ibu Leha pedagang buah di Pasar
Gebang Jember

Untuk biaya hanya kisaran harga kulak buah, selain itu jika kulak buahnya langsung dari petani maka akan nambah biaya transportasi dan kuli panggul. Untuk kios sendiri ya bayar sih dek setiap bulannya Rp.243.000,- itu sudah termasuk kebersihannya ya dek.²¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang buah tentang biaya yang dikeluarkan pedagang untuk memperoleh buah yaitu tergantung pada tempat kulak buah, jika kulak buahnya di Pasar Gebang maka hanya biaya kulak buah yang dikeluarkan oleh pedagang. Sedangkan jika kulak buahnya ke petani maka biaya akan bertambah transportasi, kuli panggul dan juga biaya lain seperti tempat atau wadah buah. Selain itu untuk biaya kios sama saja untuk tiap pedagangnya, kecuali pedagang yang tidak memiliki kios maka hanya membayar biaya distribusi kebersihan saja. Namun ketika sudah ditotal biaya yang dikeluarkan tetap lebih murah biaya kulak buah ke petani langsung.

²⁰ Firman(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 17 Maret 2019

²¹ Leha(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 21 Maret 2019

Berdasarkan data di atas bahwasanya yang menjadi biaya pokok pedagang dalam membeli buah yaitu biaya membeli buah dan juga biaya retribusi pasar berupa retribusi bulanan untuk yang memiliki kios dan retribusi harian untuk yang tidak memiliki kios. Sedangkan biaya tidak tetap dari pedagang dalam memperoleh buah yaitu biaya transportasi, kuli panggul, dan juga tempat atau wadah buah.

c. Cara Menentukan Harga

Hasil wawancara dengan Bapak Suri pedagang buah di Pasar Gebang

Buah yang saya jual ini biasanya tidak pernah tidak laku, jadi tiap saya kulak buah biasanya sudah ada yang beli dari pelanggan. Kecuali pas panen raya di musim buah-buah tertentu. Biasanya saya jual sama dengan harga pasar, akan tetapi jika diperkirakan harga buah itu esok hari akan naik, maka harga akan saya naikkan, cara saya memperkirakan harga itu naik ya dengan cara melihat antusias konsumen dalam membeli buah, selain itu ya saya lihat juga dari musim buah itu, kira-kira besok itu buah akan tambah banyak apa tambah sedikit, jika dikira buah akan tambah sedikit maka harga akan saya naikkan. Lain lagi halnya saat musim panen raya misal rambutan, saya jual rambutan sampai ke luar kota seperti ke Probolinggo, Pasuruan, terkadang juga sampai ke Surabaya. Tentu untuk penetapan harganya saya hitung dulu seluruh biaya yang saya keluarkan. Nantinya dari pihak pembeli kan nelfon dulu, baru jika dirasa mendapat laba yang sepadan maka akan saya kirim buahnya.²²

Hasil wawancara dengan Bapak Totok pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Dalam menetapkan harga jual buah saya dengan cara melihat buahnya, biasanya pada musim tertentu ada buah yang sangat

²² Suri (Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

diminati oleh konsumen, disitu ya saya ambil keuntungan yang lebih besar dari harga biasanya. Selain itu saya juga lihat musim, jika satu jenis buah sudah mulai sedikit stoknya maka saya akan menjual dengan harga lebih tinggi. Karena biasanya jika stok buah sudah mulai berkurang harga kulak juga akan semakin tinggi.²³

Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Saya biasanya menetapkan harga ya standard pasar, tapi ya saya lihat musim juga, ketika hari besar Islam konsumen lebih ramai dari hari biasanya, ya saya naikkan meskipun sedikit. Terkadang kan konsumen yang membeli ketika itu ya konsumen musiman, maksudnya bukan yang sering beli buah tiap hari begitu. Untuk konsumen yang sudah sering beli buah biasanya ya saya kasih diskon juga, supaya konsumennya tidak lari ke pedagang lain. Selain itu saya juga lihat pesaing ya, soalnya kadang ada pedagang yang merusak harga pasar, memasang harga di bawah harga pasar. Jadi saya sesuaikan dengan catatan tidak merugikan dagangan saya²⁴

Hasil wawancara dengan Bapak Samsul pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

Saya dalam menjual buah ya menetapkan harganya sesuai dengan besaran biaya yang saya keluarkan ketika membeli buah, maksudnya ya saya hitung seluruh biaya kulak buah termasuk juga transportasinya. Semakin besar biaya yang saya keluarkan semakin besar pula untung yang saya ambil. Karena menurut saya jika biaya besar lalu mengambil untung terlalu sedikit itu bisa rugi, yang saya pikirkan kan buah-buah yang tidak laku biasanya kan buah cepat bosok, terutama salak ya. Memang harga jual saya sedikit lebih tinggi dengan pedagang lain, akan tetapi buah yang saya jual ini memang sudah barang yang bagus(sortir). Hal ini tidak membuat buah yang saya jual tidak laku ya, malahan yang lebih mahal ini yang cepat habis, yang saya khawatirkan kan buah yang kualitasnya biasa saja, biasanya tidak cepat laku malahan terkadang juga banyak yang bosok. Baru jika persaingan ketat ya saya turunkan sedikit demi sedikit. Kalau ada yang beli dengan jumlah banyak ya saya

²³ Totok(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

²⁴ Wiwik(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 13 Maret 2019

kasik harga lebih murah, karena jika beli grosir itu biasanya tidak pilah-pilih, jadi dilihat seluruh barang, lalu kita adakan kesepakatan harga ya langsung bungkus sudah. Untuk harga grosir sendiri saya tetapkan jika yang membeli melebihi 50kg buah. Lain lagi jika dihutang, harganya ya saya samakan dengan harga eceran meskipun melebihi 50kg, paling di kasik potongan sedikit. Karena kita jualan kan modal besar mas, jika dihutang otomatis modal kita kan tidak jalan jadi dengan mengambil keuntungan yang sama dengan harga biasa saya rasa itu cukup adil.²⁵

Hasil wawancara dengan Ibu Fatimah pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Untuk menetapkan harga jualnya ya tergantung dek, maksudnya tergantung tempat belinya ya juga tergantung waktunya. Jika sedang panen raya saya menetapkan harga jual lebih murah dari harga pasar, karena memang saya dapatnya dari petani lebih murah diwaktu itu. Selain itu saya juga menetapkan harga grosir, biasanya saya tanya dulu mau beli berapa kg buahnya. Karena konsumen disini kan bukan hanya konsumen rumahan, ada juga pedagang buah dari pasar lain yang kulak buah disini. Harganya ya lebih murah. Perhitungannya karena jika beli grosir buah yang saya jual ini kan cepat habis, jadi resiko rusaknya buah lebih minim. Untuk konsumen yang sudah langganan ya saya kasik harga sama, cuman biasanya mereka minta bonus ya saya kasik buah-buah yang sudah agak lama daripada bosok. Untuk pelanggan yang berhutang saya kasik harga lebih tinggi dek, selisih sedikit lah dari harga grosir, biasanya yang ngutang kan beli buahnya lumayan, karena yang diperhitungkan ya jalannya modal, biasanya buat kulak karena dihutang ya tidak jadi.²⁶

Hasil wawancara dengan Bapak Firman pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

Untuk menetapkan harga jual saya kasik patokan minimal ambil untung Rp.3000,- per Kg. nanti jika sudah langganan biasanya saya beri bonus buah yang lain supaya konsumennya tetap membeli buah kesini. Biasanya tiap malamnya setelah mau tutup saya hitung jumlah uang yang diperoleh dalam

²⁵ Samsul(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 01 Maret 2019

²⁶ Fatimah(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 03 Maret 2019

sehari, hal itu biar kelihatan apakah sudah balik modal atau masih belum. Jadi uang hasil jualan tadi dihitung terlebih dahulu lalu dikurangi dengan total biaya, supaya ketahuan hari ini untung berapa. Kan tidak tau ya nanti setelah dihitung-hitung karena kebanyakan bonus pas rugi. Karena kebanyakan konsumen saya memang sudah langganan. Untuk sejauh ini masih belu mengalami kerugian besar sih, kecuali lagi panen raya jadi jualannya tidak terlalu lancar, otomatis tambah lama buah akan cepat bosok. Untuk buah yang langka ya saya ambil untungnya sama kayak biasanya, namun keuntungannya itu buah akan cepat habis.²⁷

Hasil wawancara dengan Ibu Leha pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Untuk menjualnya saya menetapkan harga dengan cara mengambil laba Rp.5000,- tiap Kg. itu bukan patokan minimalnya sih, biasanya saya ambil laba minimal Rp.3.000,- karena itu sudah saya hitung dengan biaya yang lain seperti transportasi. Memang harga buah jika kita kulak ke petani langsung lebih murah, namun masih ada biaya lain yang harus dikeluarkan mas. Jadi harganya terkadang hanya selisih sedikit, makanya saya tidak membedakan buah yang berasal dari mana saja saya tetapkan harga segitu. Selain itu memang resikonya yang saya khawatirkan, Karena terkadang ada buah yang tidak laku semua terus ada yang bosok. Untuk konsumen yang sudah langganan ya biasanya saya kasih harga yang lebih rendah. Tujuannya biar konsumen tetap langganan ke saya.²⁸

Berdasarkan hasil wawancara dari narasumber di atas tentang metode penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Gebang yaitu para pedagang dalam menetapkan harganya tidak sama, kebanyakan dari pedagang melihat situasi pasar atau kondisi pasar. Selain itu untuk tiap pedagangnya menetapkan harga dengan berbagai cara, ada yang dengan menggunakan penghitungan seluruh biaya yang dikeluarkan juga ada yang menetapkan harga dengan cara menetapkan langsung

²⁷ Firman(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 17 Maret 2019

²⁸ Leha(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 21 Maret 2019

jumlah laba yang diinginkan. Selain hal di atas juga ada pedagang yang menetapkan harganya tidak sama antara konsumen yang membeli dengan jumlah sedikit dengan konsumen yang membeli buahnya dengan jumlah banyak, bahkan juga ada pedagang yang menjual buahnya dengan harga yang lebih mahal dari biasanya ketika konsumen/pelanggan membeli buahnya dengan sistem hutang.

Adapun metode penetapan harga yang digunakan tiap pedagangnya tidak sama. Dari ketujuh narasumber ada yang menggunakan metode berbasis permintaan ada juga yang menggunakan metode berbasis biaya, bahkan dari ketujuh narasumber juga ada yang menggunakan dua metode untuk menetapkan harga jualnya. Berikut merupakan perincian metode penetapan harga yang digunakan pedagang buah di Pasar Gebang Jember.

Tabel 4.1
Metode penetapan harga oleh pedagang buah

No	Nama Pedagang	Metode yang digunakan
1	Suri	Permintaan (<i>Price Lining</i>)
2	Totok	Permintaan (<i>Price Lining</i>)
3	Wiwik	Permintaan (<i>Price Lining</i>)
4	Samsul	Permintaan (<i>Skimming Pricing</i>) dan Biaya (<i>Mark Up</i>)
5	Fatimah	Permintaan (<i>Penetration pricing</i>) dan Biaya (<i>Mark Up</i>)
6	Firman	Biaya (<i>Mark Up</i>)
7	Leha	Biaya (<i>Mark Up</i>)

Sumber: Data diolah dari Wawancara

d. Campur Tangan Dinas Pasar

Hasil wawancara dengan Bapak Slamet selaku Bendahara

Penerima Pembantu di Pasar Gebang Jember sebagai berikut:

Kalau penetapan harga pedagang buah disini ya tergantung pedagang, pedagang disini biasanya melihat ramainya barang yang datang dan juga ramainya konsumen yang datang ke Pasar Gebang ini. Jadi dari pihak pasar memberi kebebasan kepada tiap pedagang untuk menentukan harganya.²⁹

Hasil wawancara dengan Bapak Supatmo salah satu pegawai di

Dinas Pasar Gebang Jember

Untuk penetapan harga buah ya apa kata pedagangnya dek, jadi dari pihak pasar memberikan kebebasan. Pihak dinas pasar hanya menagih retribusi untuk pedagang, yaitu untuk yang memiliki kios sebesar Rp.243.000,- tiap bulannya sedangkan yang tidak memiliki kios hanya dikenakan retribusi kebersihan, itupun tergantung pada banyaknya sampah tiap harinya, jika dirata-rata ya kisaran Rp.5000,- tiap harinya.³⁰

Hasil wawancara dengan Bapak Suri Pedagang buhah di Pasar

Gebang Jember

Untuk harga ya apa kata saya sudah dek, mau ditentukan berapapun, dalam hal ini pihan Dinas Pasar Gebang memberikan kebebasan terhadap pedagang.³¹

Hasil wawancara dengan Bapak Firman pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

Untuk harganya terserah pedagang ya dek, pihak Dinas Pasar memberikan kebebasan terhadap pedagangnya. Jadi kita dengan bebasnya menentukan harga, tapi ya kita juga menyesuaikan dek.³²

²⁹ Slamet(Bendahara Penerima Pembantu Pasar Gebang), Wawancara, Jember 20 Maret 2019

³⁰ Supatmo(Pegawai Dinas Pasar di Pasar Gebang Jember), Wawancara, Jember 30 Maret 2019.

³¹ Suri(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

³² Firman(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 17 Maret 2019

Berdasarkan hasil wawancara dari narasumber di atas tentang metode penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Gebang yaitu para pedagang dalam menetapkan harga jualnya diberikan kebebasan oleh Dinas Pasar. Jadi Dinas Pasar tidak memberikan patokan tertentu untuk pedagang dalam menetapkan harga jualnya. Campur tangan Dinas Pasar hanya berkaitan dengan biaya retribusi pasar, entah itu retribusi harian maupun retribusi bulanan. Adapun dari ketujuh narasumber hanya 3 pedagang yang memiliki kios yang berarti memiliki kewajiban membayar retribusi bulanan yaitu ibu Wiwik, bapak Firman, dan Ibu Leha. Sedangkan yang tidak memiliki kios berjumlah 4 pedagang yang berkewajiban membayar retribusi harian yaitu bapak Suri, bapak Totok, bapak Samsul, dan Ibu Fatimah.

2. Implikasi Metode Penetapan Harga Terhadap Harga Jual Buah di Pasar Gebang Jember

Metode penetapan harga akan sangat berpengaruh baik terhadap jalannya usaha maupun terhadap apa yang diperoleh dari suatu usaha tersebut. Salah satunya yaitu terhadap harga jual suatu produk dalam usaha. Dibutuhkan cara yang tepat supaya harga yang kita tetapkan dari suatu produk tepat sasaran, karena jika harga suatu produk terlalu murah maka akan berakibat kerugian dalam usaha sebaliknya jika harga suatu produk terlalu mahal maka produk tersebut tidak akan laku dan tentunya akan membuat usaha itu menjadi rugi. Perlu adanya penghitungan yang pas supaya usaha kita mendapat laba dan produk terus laku di pasaran. Berikut

ini adalah implikasi penetapan harga yang digunakan oleh pedagang buah terhadap harga jual buah.

a. Korelasi Biaya Dengan Harga

Hasil wawancara dengan Bapak Suri pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Untuk biaya memang mempengaruhi juga terhadap harga dek. Utamanya buah yang saya kirim ke luar Kabupaten Jember, untuk harga buah yang saya kirim ke luar kota tentunya lebih mahal dengan yang saya jual disini, perhitungannya saya total seluruh biaya yang saya keluarkan dan laba yang saya ambil minimal 30% dari total biaya.³³

Hasil wawancara dengan Bapak Samsul pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

Untuk biaya memang sangat berpengaruh terhadap harga jual. Seperti yang saya sampaikan sebelumnya, saya menjual buah menetapkan harganya sesuai dengan besaran biaya yang saya keluarkan ketika membeli buah, maksudnya ya saya hitung seluruh biaya kulak buah termasuk juga transportasinya. Semakin besar biaya yang saya keluarkan semakin besar pula untung yang saya ambil. Karena menurut saya jika biaya besar lalu mengambil untung terlalu sedikit itu bisa rugi, yang saya pikirkan kan buah-buah yang tidak laku biasanya kan buah cepat bosok. Hal itulah yang menjadi perhitungan saya, meminimalisir terjadinya kerugian dan juga biar impas lah, masak biaya besar laba sedikit.³⁴

Hasil wawancara dengan Ibu Fatimah pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Iya berhubungan mas, karena saya kulak buahnya kan langsung dari petani, otomatis seluruh biaya kan dihitung. Meskipun harga jual buah saya lebih renda dari harga pasar, tapi itu sudah termasuk seluruh biaya. Ketika biaya lebih rendah maka harga jual saya jadi lebih rendah.³⁵

³³ Suri(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

³⁴ Samsul(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 01 Maret 2019

³⁵ Fatimah(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 03 Maret 2019

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber hanya beberapa pedagang yang menyatakan bahwa biaya korelasi dengan harga, pasalnya pada tiap pedagang menetapkan harganya dengan cara berbeda. Dari pernyataan pedagang kebanyakan biaya korelasi dengan harga dikarenakan kulak buahnya langsung dari petani, dan juga sebagian beranggapan bahwa banyaknya biaya yang dikeluarkan harus memperbanyak laba yang diperoleh.

b. Korelasi Permintaan Dengan Harga

Hasil wawancara dengan Bapak Suri pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Untuk permintaan sendiri sangat mempengaruhi terhadap harga jual buah, biasanya ketika permintaan konsumen akan barang A semakin meningkat maka sedikit demi sedikit harga akan saya naikkan. Contohnya seperti yang saya katakan sebelumnya, ketika hari besar Islam, bahkan ketika itu harga buah bisa mencapai dua kali lipat dari harga biasanya.³⁶

Hasil wawancara dengan Bapak Totok pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Ya seperti yang saya katakan tadi, biasanya pada saat musim tertentu ada satu buah yang diminati oleh konsumen melebihi hari biasanya, maka harga jual saya akan saya naikkan. Biasanya bisa mencapai 50% dari hari biasa.³⁷

Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Ketika hari besar Islam biasanya harga pasaran tidak berlaku, penjual berlomba mendapatkan banyak konsumen dan juga

³⁶ Suri(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

³⁷ Totok(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

mendapatkan banyak keuntungan, jadi harga cenderung tidak stabil.³⁸

Hasil wawancara dengan Bapak Samsul pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Untuk konsumen yang membeli banyak buah memang saya kasih harga grosir, kecuali jika dihutang maka harganya akan tetap sama dengan harga biasanya, paling biar tidak terlalu saya kasih potongan sedikit. Jika dihutang mas otomatis modal saya tidak bisa berputar kan, bisanya bisa buat kulak lagi karena dihutang ya tidak bisa, maka dari itu harganya saya samakan.³⁹

Hasil wawancara dengan Ibu Fatimah pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Permintaan memang berpengaruh dek, semakin banyak permintaan akan satu jenis buah maka harga akan cenderung dinaikkan sedikit, lain halnya untuk pembelian grosir, untuk yang beli grosir saya beri harga lebih murah, jadi tidak heran banyak pedagang dari pasar lain membeli buah ke saya.⁴⁰

Berdasarkan hasil wawancara permintaan sangat berpengaruh terhadap harga jual, semakin tinggi permintaan maka harga yang ditetapkan pedagang sedikit demi sedikit akan dinaikkan. Hal itu biasa terjadi ketika stok buah sedikit namun permintaan akan buah tetap stabil, selain itu juga terjadi ketika hari besar Islam

c. Implikasi Metode Pada Harga Jual Buah

1) Permintaan

Hasil wawancara dengan Bapak Suri pedagang buah di Pasar Gebang Jember

³⁸ Wiwik(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 13 Maret 2019

³⁹ Samsul(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 01 Maret 2019

⁴⁰ Fatimah(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 03 Maret 2019

Untuk harga jual buah ya tidak menentu dek, seperti yang saya katakana tadi lihat antusias konsumen dan stok buah di pasar ini. Selain itu juga bergantung pada harga kulak buah. Jika permintaan konsumen meningkat nih, seperti hari besar Islam otomatis harga buah saya naikkan. Lain halnya ketika stok buah menipis, maka harga akan cenderung lebih tinggi. Jadi harganya tidak tetap. Perbedaan dari hari biasa bisa mencapai dua kali lipat. Semisal buah A harga biasanya Rp.8.000,- untuk tiap kg nya, maka harga ketika stok buah menipis akan cenderung melebihi harga tersebut.⁴¹

Hasil wawancara dengan Bapak Totok pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

Harga jual yang saya tetapkan tadi ya harga standard pasar dek, ya saya katakana harga standard pasar karena seluruh pedagang menetapkan harga yang sama untuk setiap harinya. Kecuali pada masa tertentu maka harganya akan berubah. Semisal ketika stok buah di pasar sudah mulai menipis, maka harga tidak akan tetap. Semisal harga buah langsung ketika panen raya Rp.7.000,- untuk setiap kg nya, maka ketika stok buah sudah mulai menipis harga akan naik sedikit demi sedikit, terkadang bisa sampai dua kali lipat dari harga biasanya. Hal itu juga berlaku untuk buah yang lain.⁴²

Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

Untuk patokan harga jual buah saya standard saja sih dek tiap harinya. Saya selalu sesuaikan dengan harga pasaran dan juga harga kulak buah. Kecuali ketika hari besar Islam saya naikkan sedikit demi sedikit. Biasanya ketika hari besar Islam itu harga bisa naik hingga mencapai 70%.⁴³

Dari hasil wawancara dengan narasumber yang menggunakan metode berbasis permintaan harga jual memang cenderung bervariasi, ketika masa tertentu bisa lebih mahal dan

⁴¹ Suri(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

⁴² Totok(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

⁴³ Wiwik(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 13 Maret 2019

juga bisa lebih murah. Hal itu disebabkan karena sangat bergantung pada jumlah konsumen yang datang. Biasanya hal itu terjadi di musim-musim tertentu seperti hari besar Islam dan lainnya.

2) Permintaan dan Biaya

Hasil wawancara dengan Bapak Samsul pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Harga yang saya tetapkan memang lebih tinggi dari harga pasar maupun pedagang lain, hal itu saya lakukan karena harga kulak saya memang lebih tinggi dan juga itupun kualitas buah yang saya jual juga berbeda dengan buah yang dijual oleh pedagang lain. Beda lagi dengan buah yang lain, untuk menjaga kestabilan barang saya, ya saya jual juga dengan harga standard pada beberapa jenis buah. Jadi buah yang saya pasang harga tinggi hanya beberapa jenis buah saja tidak secara keseluruhan, apalagi ketika musim panen raya ya saya jual buah itu dengan harga yang sama dengan pesaing.⁴⁴

Hasil wawancara dengan Ibu Fatimah pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Harga yang saya tetapkan lebih rendah dari harga pesaing ataupun harga pasar, mengapa demikian Karena tadi buah yang saya kulak kan langsung dari petani, otomatis harganya memang lebih murah.⁴⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua narasumber bahwasanya harga jual ada kalanya rendah ada kalanya tinggi, selain itu juga bergantung pada biaya yang dikeluarkan dan juga bisa bergantung pada keinginan kita untuk mencapai laba. Hal itu

⁴⁴ Samsul(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 01 Maret 2019

⁴⁵ Fatimah(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 03 Maret 2019

terjadi karena pedagang ini menggunakan dua metode dalam menetapkan harganya. Efek dari itu harga jual adakalanya bisa lebih rendah dan juga bisa lebih tinggi dari harga pasar.

3) Biaya

Hasil wawancara dengan Bapak Firman pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

Untuk harga jual saya standard ya, bedanya hanya jika beli buah di saya akan mendapat bonus buah yang lain meskipun itu hanya sedikit, karena hal itu sangat penting untuk menarik minat konsumen. Untuk di musim-musim tertentu harga yang saya tetapkan sama, maksudnya saya akan tetap memasang minimal ambil laba Rp.3000,- per Kg. bedanya ya ketika buah sedang langka maka tidak akan ada bonus akan tetapi buah akan jauh lebih cepat habis, karena itu tadi harganya tetap stabil.⁴⁶

Hasil wawancara dengan Ibu Leha pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Untuk harga yang saya tetapkan ya standard lah, saya tetap kasik harga dengan mengambil laba tiap Kg nya Rp.5000,- kecuali jika sudah ditawar oleh konsumen maka akan saya jual dengan harga minimal pengambilan laba Rp.3000,- jika kiranya tawaran konsumen lebih rendah dari minimal laba yang saya tetapkan saya tidak kasikkan. Kebanyakan konsumen saya sudah langganan yang sudah lama beli buah ke saya. Sejauh ini konsumen saya tetap beli ke saya, biasanya kan kadang ada konsumen yang protes, makanya untuk mengantisipasi itu konsumen yang sudah langganan kadang saya beri bonus buah lain. Itupun saya lakukan supaya konsumennya tidak lari.⁴⁷

Berdasarkan hasil wawancara dari kedua narasumber

bahwasanya harga jual buah hampir mirip dari keduanya, tidak ada

⁴⁶ Firman(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 17 Maret 2019

⁴⁷ Leha(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 21 Maret 2019

perbedaan yang cukup jauh dari keduanya. Hal itu terjadi karena kedua narasumber menggunakan metode yang sama.

4) Tanggapan Konsumen

Sedangkan berikut ini merupakan tanggapan konsumen tentang harga buah di Pasar Gebang, seperti yang telah dikatakan oleh Ibu Eni dalam wawancara

Saya memilih beli buah disini karena buahnya lengkap dan jumlahnya banyak. Untuk harga buah di Pasar Gebang ini ya standard pasar lah, dalam artian kebanyakan sama. Namun jika dibandingkan dengan pasar lain harga buah cenderung sedikit lebih murah. Namun juga banyak sih buah yang harganya tidak sama antara satu pedagang dengan pedagang lain. Seperti halnya jeruk, kalo jeruk itu paling murah ya di Ibu Fatimah. Selain itu juga ada yang harga buahnya cenderung lebih tinggi daripada harga buah pedagang lain. Menurut saya harga si Pasar ini bervariasi ya, tergantung yang jual. Lain lagi halnya ketika hari besar Islam, buah cenderung lebih mahal dari biasanya.⁴⁸

Hal itu juga dipertegas dengan pernyataan konsumen lain yang tidak biasa berlangganan pada satu penjual dalam wawancara Bapak Ilzam sebagai berikut

Buah disini banyak macamnya dan banyak jumlahnya. Harga buah di Pasar ini telatif ya tergantung yang jual, ada yang harganya standard pasar ada juga yang lebih rendah dari harga biasanya, bahkan ada juga yang harganya lebih mahal dari harga pasaran. Sebenarnya itu wajar ya, lain halnya jika stok buah di Pasar sedang sedikit biasanya itu terjadi di akhir musim panen, kebanyakan pedagang akan menaikkan harga jualnya ketika itu. Hal itu juga terjadi di hari besar Islam seperti maulid, mungkin karena permintaan semakin banyak.⁴⁹

⁴⁸ Eni(Konsumen Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 20 Maret 2019

⁴⁹ Nadar(Konsumen Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 28 Maret 2019

Berbeda dengan pernyataan dua narasumber tersebut,

Bapak Haji Faisol berpendapat demikian dalam wawancara

Harga buah disini cenderung lebih murah jika kita membeli buahnya dengan jumlah yang cukup banyak, hal itu saya rasakan sendiri. Jika kita membeli buah lebih banyak dari biasanya, pedagang akan secara langsung menurunkan harga buah mereka. Sedangkan untuk pedagang tertentu ada yang menetapkan harganya yang cukup tinggi.⁵⁰

Hal serupa juga dikatakan oleh Ibu Halimah yang juga merupakan konsumen buah di Pasar Gebang

Buah disini lebih banyak. Sepengalaman saya harga buah disini akan cenderung lebih murah ketika kita membeli buah dengan jumlah yang lebih banyak. Tapi tidak menutup kemungkinan harganya tetap sama ketika kita tidak langsung membayar atau dengan kata lain dihutang. Hal itu pernah saya alami, untuk yang lainnya harganya ya standard.⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber bahwasanya harga jual buah memang bervariasi dan juga bergantung pada stok buah di pasar. Pasalnya pada tiap pedagang harga jual buahnya hampir secara keseluruhan untuk hari-hari biasa adalah sama, kecuali pada hari tertentu dan juga pada saat stok buah menipis. Selain itu ketika panen raya harga buah pada tiap pedagang tidak sama. Banyaknya buah yang dibeli oleh satu konsumen juga mempengaruhi harga, pasalnya harga akan lebih murah ketika konsumen membeli buah dengan jumlah banyak.

⁵⁰ Faisol(Konsumen Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 29 Maret 2019

⁵¹ Halimah(Konsumen Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 29 Maret 2019

3. Implikasi Metode Penetapan Harga Terhadap Laba yang Diperoleh Pedagang Buah di Pasar Gebang Jember

Laba merupakan suatu tujuan utama dalam suatu usaha. Tanpa adanya laba mustahil seseorang akan menjalankan suatu usaha. Maka dari itulah metode penetapan harga yang tepat akan mempengaruhi tingkat laba yang akan diperoleh oleh setiap pedagang.

a. Cara Menentukan Laba

Hasil wawancara dengan Bapak Suri pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Cara menghitung laba saya total dengan jumlah uang yang diperoleh pada hari itu dikurangi harga kulak buah dan seluruh biaya lain sebelum terjualnya buah. Untuk sisa buah itu tiap harinya dikira-kira masih sisa berapa seluruh buah jika diuangkan. Jadi nantinya kelihatan, pada hari keberapa buah itu bisa balik modal. Soalnya kalo rejeki enak sehari bisa balik modal dek. Sedangkan untuk panen raya saya bisa mendapat laba yang lebih asal ada permintaan dari luar kota, jika tidak ada permintaan sulit untuk mendapat laba yang lebih banyak.⁵²

Hasil wawancara dengan Bapak Totok pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Perhitungannya mungkin sama dengan pedagang lain ya, jadi semua biaya saya total terus di kurangi dengan hasil uang yang saya peroleh pada hari itu. Untuk pengecualian tadi terkadang buah masih belum habis modal sudah balik. Jadi keuntungan atau laba yang saya peroleh terdapat pada sisa buah saya itu.⁵³

⁵² Suri(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

⁵³ Totok(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Cara saya dalam menentukan laba ya mematok harga minimal buah, kiranya buah saya tidak rugi. Jadi sebelum ditotal dulu harga seluruh biaya kulak. Selain itu untuk hari tertentu ya saya tinggal tambah berapa laba yang diinginkan.⁵⁴

Hasil wawancara dengan Bapak Samsul pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

Cara menentukan laba ya saya total seluruh biaya, jadi nantinya semakin besar biaya yang saya keluarkan untuk satu jenis buah maka laba yang akan saya dapat semakin besar pula.⁵⁵

Hasil wawancara dengan Ibu Fatimah pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Saya total seluruh biaya yang saya keluarkan lalu dihitung dengan penawaran konsumen, tentunya ada harga minimal lah. Tapi saya tidak muluk-muluk, kalau sudah dikira menghasilkan ya saya jual apalagi belinya grosir, yang penting tidak rugi dan buah cepat habis. Nanti semisal total biaya untuk buah A Rp.1.000.000,- ketika dihitung dengan penawaran konsumen dapat laba bersih Rp.100.000,- maka akan saya jual buah itu, yang penting buah cepat laku.⁵⁶

Hasil wawancara dengan Bapak Firman pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

Laba yang diperoleh saya tidak menentu, tergantung banyaknya konsumen yang beli. Meskipun di waktu buah langka ya tetap bergantung pada jumlah konsumen, soalnya harga yang saya tetapkan sama tidak berubah, jadi mau musim apa saja buah yang saya jual tetap mengambil laba minimal Rp.3000,- per Kg. Untuk kerugian buah seperti buah yang rusak sudah tertutupi dengan laba minimal itu. Kan tiap konsumen tidak sama, itu laba minimal jadi bisa lebih dari itu, bergantung pada tawaran konsumen. Selain itu buah jika sudah rusak akan

⁵⁴ Wiwik(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 13 Maret 2019

⁵⁵ Samsul(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 01 Maret 2019

⁵⁶ Fatimah(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 03 Maret 2019

mengurangi laba yang saya peroleh. Jadi meskipun tidak rugi materi terkadang rugi tenaga akibat banyaknya buah yang rusak itu.⁵⁷

Hasil wawancara dengan Ibu Leha pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Laba yang saya peroleh itu dah dek, minimal Rp.3000,- per Kg. Jadi diwaktu musim buah atau buah langkapun saya menetapkan harga dengan kisaran laba segitu. Tujuan saya supaya konsumen saya tetap membeli buah ke saya, terutama konsumen yang sudah langganan. Jadi saya tidak bermain dengan harga, yang penting barokah. Untuk kerugian biasanya dialami jika sedang sepiya konsumen, bukan hanya sehari yang sepi. Jadi jika sudah demikian otomatis buah saya banyak yang rusak.⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber cara menentukan laba oleh masing-masing narasumber tidak sama, ada yang mengambil laba dengan menarget patokan minimal laba yang harus diperoleh tiap harinya, ada juga yang bergantung pada total biaya yang dikeluarkan, dan ada juga yang memakai prinsip yang penting tidak rugi dan buah cepat laku.

b. Laba Tetap atau Tidak Tetap

Hasil wawancara dengan Bapak Suri pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Laba yang saya peroleh bergantung tingkat keramaian konsumen. Jika sedang ramai ya labanya bisa banyak, sebaliknya jika sedang sepi konsumen ya laba yang diperoleh akan lebih sedikit terkadang juga akan mengalami kerugian. Hal itu disebabkan banyaknya buah yang rusak, sudah sepi masih banyak buah yang rusak. Maka dari itu sebelum buah bosok jika sudah layu saya pisahkan, karena untuk mengantisipasi merambahnya buah bosok. Jadi labanya tidak

⁵⁷ Firman(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 17 Maret 2019

⁵⁸ Leha(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 21 Maret 2019

tetap apalagi ketika stok buah sedikit dan permintaan konsumen akan buah tersebut tidak menurun, maka bisa mengambil laba lebih banyak. Jika dirata-rata untuk hari biasa sekitar Rp.200.000,- ke atas lah, minimal segitu kecuali lagi sepi ya bisa kurang.⁵⁹

Hasil wawancara dengan Bapak Totok pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Untuk laba yang saya peroleh ya sudah cukup, maksudnya cukup dengan besaran pokok biaya yang sudah saya keluarkan setiap harinya. Kecuali tadi ketika harga kulak naik namun harga jual di Pasar tetap stagnan maka laba yang saya peroleh cenderung turun. Laba saya biasanya akan mengalami peningkatan ketika buah mulai langka dan juga pada hari Besar Islam. Untuk hari biasa jika dirata-rata tidak kurang dari Rp.200.000,- asal tidak sepi.⁶⁰

Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Untuk setiap harinya biasanya saya memperoleh laba Rp.150.000,- minimal segitu terkadang jika lagi sepi juga bisa kurang dari itu. Sedangkan jika panen raya biasanya saya mendapat laba yang lebih banyak karena saya kan kulak buahnya kebanyakan langsung dari petani, jadi meskipun saya pasang harga lebih murah dari harga pasar karena lebih banyak konsumen yang datang maka pendapatan saya akan cenderung lebih besar. Ketika itu biasanya laba yang diperoleh bisa mencapai Rp.300.000,- sama halnya ketika hari besar Islam.⁶¹

Hasil wawancara dengan Bapak Samsul pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

Biasanya tiap harinya saya memperoleh laba Rp.150.000,- sampai Rp.200.000,- tergantung pada ramai pembeli. Lain halnya jika dihutang ya penghasilan nambah, karena jumlah buah yang terjual lebih banyak. Namun modal saya tidak bisa saya putar, makanya saya anggap sama sajalah, yang membedakan hanya ketika tidak dihutang maka laba yang saya

⁵⁹ Suri(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

⁶⁰ Totok(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

⁶¹ Wiwik(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 13 Maret 2019

peroleh bisa melebihi rata-rata tiap harinya, namun lebihnya tidak seberapa, karena harganya ya saya kasik kortingan. Bedanya hanya saja stok buah lebih cepat habis. Untuk hari tertentu seperti hari besar Islam ya laba yang saya peroleh lebih banyak dari hari biasanya, namun lebihnya tidak seberapa paling pol Rp.250.000,- ya cukup lah sesuai biaya yang saya keluarkan.⁶²

Hasil wawancara dengan Ibu Fatimah pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Jadi pendapatan saya stabil setiap harinya bisa lebih Rp.275.000,- baru kalau musim panen raya pendapatan saya bisa bertambah, terkadang bisa mencapai lebih dari Rp.500.000,-.⁶³

Hasil wawancara dengan Bapak Firman pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

Untuk laba yang saya peroleh tetap dek, jadi kapanpun saya mengambil laba minimal Rp.3000,- jarang juga sih soalnya dapat laba di atas itu per kg nya, ketika dapat terkadang ada langganan minta potongan harga. Jadi saya rasa laba yang saya peroleh akan tetap. Jika dirata-rata mungkin tiap harinya bisa mencapai Rp.150.000,- itu dek.⁶⁴

Hasil wawancara dengan Ibu Leha pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Laba yang saya peroleh tetap ya, dalam artian tetap mengambil laba sesuai patokan saya tadi yaitu minimal Rp.3000,- per kg nya. Jika dirata-rata laba saya tiap harinya antara Rp.150.000,- sampai Rp.200.000,- itu dek.⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, laba yang diperoleh masing-masing pedagang untuk tiap harinya tidak sama. Ada yang tetap ada pula yang tidak tetap, terutama di hari-hari tertentu

⁶² Samsul(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 01 Maret 2019

⁶³ Fatimah(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 03 Maret 2019

⁶⁴ Firman(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 17 Maret 2019

⁶⁵ Leha(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 21 Maret 2019

seperti yang telah narasumber sampaikan sebelumnya. Kebanyakan dari pedagang memang bergantung pada banyaknya konsumen, perbedaan itu juga disebabkan berbedanya metode yang digunakan dalam menetapkan harga dan juga disebabkan oleh musim buah tersebut.

Untuk laba minimal pedagang yang memiliki kios kisaran antara Rp.150.000,- sampai Rp.200.000,- hal itu dikarenakan rata-rata pedagang yang memiliki kios jumlah dagangan yang terjual lebih sedikit, karena kebanyakan dari mereka menjual dengan sistem ecer. Sedangkan untuk pedagang yang tidak memiliki kios rata-rata laba yang diperoleh lebih dari Rp.200.000,- kebanyakan dari pedagang ini memang menjual dagangannya dengan sistem grosir, meskipun tak jarang juga menjual dengan sistem ecer.

c. Korelasi Musim Buah dengan Laba

Hasil wawancara dengan Bapak Suri pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Untuk labanya sendiri ya tidak pasti, di hari normal dalam sehari bisa mendapatkan laba bersih Rp.150.000,- samapi Rp.200.000,- sedangkan untuk hari lain seperti ketika hari besar Islam atau buah sedang mengalami kelangkaan laba yang diperoleh bisa sampai Rp.400.000,- atau dua kali lipat dari hari biasanya. Sedangkan ketika panen raya laba saya bisa mencapai Rp. 1.000.000,- dalam sehari, karena itu tadi ketika panen raya saya biasa kirim buah ke luar kota. Jadi laba yang saya peroleh memang tidak menentu.⁶⁶

⁶⁶ Suri (Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

Hasil wawancara dengan Bapak Totok pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Untuk setiap harinya biasanya laba yang saya peroleh minimal itu Rp.100.000,- untuk hari yang termasuk pengecualian tadi saat hari besar Islam dan juga panen raya bisa mencapai hingga Rp.500.000,- dalam sehari.⁶⁷

Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Untuk setiap harinya biasanya saya memperoleh laba Rp.100.000,- minimal segitu terkadang jika lagi sepi juga bisa kurang dari itu. Sedangkan jika panen raya biasanya saya mendapat laba yang lebih banyak karena saya kan kulak buahnya kebanyakan langsung dari petani, jadi meskipun saya pasang harga lebih murah dari harga pasar, karena lebih banyak konsumen yang datang maka pendapatan saya akan cenderung lebih besar. Ketika itu biasanya laba yang diperoleh bisa mencapai Rp.300.000,- sampai Rp.500.000,- sama halnya ketika hari besar Islam.⁶⁸

Hasil wawancara dengan Bapak Samsul pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

Untuk laba ya tidak nentu, seperti yang saya bilang tadi. Untuk tiap harinya laba yang saya peroleh tidak jauh berbeda. Cuma memang ketika hari-hari tertentu saja yang mengalami kenaikan. Ketika panen raya atau tidak, laba yang saya peroleh tidak jauh berbeda lah.⁶⁹

Hasil wawancara dengan Ibu Fatimah pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Ya seperti yang saya ucapkan tadi, ketika musim panen raya laba yang akan saya peroleh akan lebih banyak karena konsumen banyak beli buah ke saya, bahkan sesama

⁶⁷ Totok(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

⁶⁸ Wiwik(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 13 Maret 2019

⁶⁹ Samsul(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 01 Maret 2019

pedagangpun terkadang juga beli buahnya ke saya, ketika stok buahnya berkurang.⁷⁰

Hasil wawancara dengan Bapak Firman pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Seperti yang saya katakan tadi, laba saya tetap tidak akan berubah, jadi perbedaanya ketika buah langka maka stok buah akan cepat habis. Jadi mau panen raya atau tidak laba yang saya peroleh sama saja.⁷¹

Hasil wawancara dengan Ibu Leha pedagang buah di Pasar Gebang Jember

Untuk musim tidak berpengaruh kalo saya, laba yang akan saya peroleh akan tetap. Karena itu tadi, patokan minimal mengambil laba. Jadi kapanpun saya mengambil laba segitu.⁷²

Dari hasil wawancara dengan narasumber bahwasanya musim sangat korelasi dengan laba yang diperoleh, pasalnya dari beberapa pedagang banyak yang memainkan harga yang bergantung pada musim. Selain itu ada juga pedagang yang menyebutkan bahwa musim tidak mempengaruhi terhadap laba yang diperoleh, hal itu disebabkan metode yang digunakan pedagang tersebut dalam menetapkan harga tidak dirubah walaupun ketika panen raya ataupun ketika stok buah sudah sedikit.

d. Keuntungan Menjual Dengan Sistem Eceran dan Grosir

Hasil wawancara dengan Bapak Suri pedagang buah di Pasar Gebang Jember

⁷⁰ Fatimah(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 03 Maret 2019

⁷¹ Firman(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 17 Maret 2019

⁷² Leha(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 21 Maret 2019

Lebih untung jual grosir mas, karena buah akan cepat habis dan bisa kulak buah yang lain lagi. Apalagi kalau jual buahnya ke luar Kabupaten Jember, kan otomatis grosir/pasokan itu. Maka labanya semakin besar.⁷³

Hasil wawancara dengan Bapak Totok pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Lebih untung pasokan dek, karena stok buah cepat habis dan modal saya bisa untuk kulak buah lagi. Jadi modal saya itu bisa berputar lagi untuk mencari laba-laba yang lain.⁷⁴

Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Untuk laba yang saya peroleh lebih untung di jual ecer dek. Karena laba minimal saya jadi lebih besar, untuk grosir/pasokan biasanya kan yang beli juga pedagang, jadi labanya sedikit.⁷⁵

Hasil wawancara dengan Bapak Samsul pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

Lebih untung grosir dek, buahnya cepat habis jadi bisa kulak buah lagi dan juga lebih kecil kemungkinan menanggung rusaknya buah.⁷⁶

Hasil wawancara dengan Ibu Fatimah pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Kalau saya lebih untung jual pasokan/grosir mas, karena buah saya akan cepat habis jadi kecil kemungkinan untuk menanggung rusaknya buah.⁷⁷

Hasil wawancara dengan Bapak Firman pedagang buah di

Pasar Gebang Jember

⁷³ Suri(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

⁷⁴ Totok(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 11 Maret 2019

⁷⁵ Wiwik(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 13 Maret 2019

⁷⁶ Samsul(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 01 Maret 2019

⁷⁷ Fatimah(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 03 Maret 2019

Lebih untung eceran mas, karena yang patokan Rp.3000,- itu untuk laba minimal menjual eceran. Biasanya yang beli grosir itu ya sesame pedagangnya ketika stoknya habis sedangkan stok buah saya banyak.⁷⁸

Hasil wawancara dengan Ibu Leha pedagang buah di Pasar

Gebang Jember

Lebih untung eceran mas, kalau grosir itu ya nggak segitu penghasilannya, Cuma buahnya akan cepat habis sedangkan jika menjual eceran maka patokan laba minimal itu pasti digunakan.⁷⁹

Dari hasil wawancara dengan narasumber tentang keuntungan menjual buah dengan cara eceran atau pasokan berbeda pada tiap narasumber, pasalnya ada yang beranggapan bahwasanya lebih untung jual dengan cara grosir, hal itu dikarenakan buah bisa cepat habis sehingga bisa meminimalisir terjadinya kerugian yang disebabkan rusaknya buah dan juga perputaran modal bisa cepat, sehingga bisa kulak buah lagi. Selain itu ada pula pedagang yang beranggapan bahwa lebih untung dengan cara eceran, pasalnya buah yang dijual lebih sedikit daripada dijual dengan cara pasokan.

Adapun untuk harga jual sendiri antara sistem grosir dengan eceran tidak jauh berbeda. Biasanya selisih harga berkisar antara Rp.1.000,- sampai Rp.2000,- untuk setiap kg nya, namun ketika dihitung antara kedua sistem lebih menguntungkan penjualan dengan sistem grosir. Hal itu dikarenakan perbedaan laba yang diperoleh tidak terlalu jauh. Selain itu untuk penjualan grosir buah yang dijual

⁷⁸ Firman(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 17 Maret 2019

⁷⁹ Leha(Pedagang Buah di Pasar Gebang), Wawancara, Jember 21 Maret 2019

cenderung cepat habis, jadi juga bisa meminimalisir terjadinya buah yang rusak. Selain itu jika buah sudah habis otomatis pedagang akan kembali kulak buah, dan otomatis bisa menjual lagi untuk mendapat laba berikutnya. Jadi perputarannya lebih cepat dengan sistem grosir.

C. Pembahasan Temuan

Pada bagian ini peneliti akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang fokus masalah yang telah dirumuskan pada bab 1, yakni mengenai bagaimana metode penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Gebang Jember. Pembahasan tersebut akan diuraikan sesuai dengan temuan-temuan penelitian sebagai berikut:

1. Metode Penetapan Harga oleh Pedagang Buah di Pasar Gebang Jember

Berdasarkan analisis data di atas, diperoleh pemahaman bahwa pedagang buah di Pasar Gebang Jember selain mengeluarkan biaya untuk penyediaan buah juga mengeluarkan biaya (berupa biaya variabel) yaitu untuk transportasi, kuli panggul dan tempat atau wadah. Hal ini sesuai dengan yang dipaparkan oleh Muh Abdul Halim, bahwa biaya variabel (*variabel cost*) bervariasi secara keseluruhan terkait dengan taraf produksi, namun biaya per unit tetap sama tanpa tergantung pada biaya jumlah produksi. Tercakup di dalamnya adalah biaya bahan baku, kemasan, dan tenaga buruh yang diperlukan untuk memproduksi setiap unit produk.⁸⁰

⁸⁰ Abd Halim, *Teori Ekonomi Mikro*, 156.

Sedangkan biaya penyediaan buah di Pasar Gebang Jember menuai kesamaan dengan teori yang disebutkan oleh Muh Abdul Halim, yang menyatakan bahwa biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Harga suatu produk harus menutupi seluruh biaya untuk produksi dan pemasaran barang tersebut, paling tidak untuk jangka panjang, sebagaimana halnya pendapatan yang layak diterima perusahaan atas investasi yang telah dilakukan dan risiko yang harus ditanggungnya.⁸¹

Adapun metode penetapan harga jual buah yang digunakan pedagang buah di Pasar Gebang Jember adalah metode penetapan harga berbasis Permintaan (*price lining*), metode penetapan harga berbasis permintaan (*skimming pricing*), metode penetapan harga berbasis permintaan (*penetration pricing*) dan metode penetapan harga berbasis biaya (*mark up*). Adapun teori yang mendukung adalah sebagaimana disampaikan oleh Effendi M. Guntur yang menyatakan bahwa, *Price Lining* adalah strategi yang digunakan apabila perusahaan menjual produk lebih dari satu jenis. Harga untuk lini produk tersebut bisa bervariasi dan ditetapkan pada tingkat harga tertentu yang berbeda. Adapun *Skimming Pricing* adalah strategi yang diterapkan dengan jalan menetapkan harga tinggi bagi suatu produk baru selama perkenalan, kemudian menurunkan harga barang tersebut saat persaingan mulai ketat. Strategi ini baru bisa berjalan dengan baik jika konsumen tidak sensitif akan harga, tetapi lebih

⁸¹ Ibid., 156.

menekankan pertimbangan-pertimbangan kualitas, inovasi, dan kemampuan produk tersebut dalam memuaskan kebutuhannya. Sedangkan *Penetration Pricing* adalah strategi yang mana perusahaan berusaha memperkenalkan suatu produk baru dengan harga rendah, dengan harapan dapat memperoleh volume penjualan yang besar dalam waktu relatif singkat. Selain itu strategi ini juga bertujuan untuk mencapai skala ekonomi dan mengurangi biaya per unit. Pada saat bersamaan strategi penetrasi juga dapat mengurangi minat dan kemampuan pesaing, karena harga yang rendah menyebabkan margin yang diperoleh setiap perusahaan menjadi terbatas.⁸² Selain itu teori yang mendukung yaitu sebagaimana yang disampaikan oleh Muh Abdul Halim bahwa, Metode penetapan harga *mark up (mark-up pricing method)* adalah metode yang diterapkan pada produk yang dibeli untuk dijual kembali tanpa melalui proses lebih lanjut. *Mark up* adalah kelebihan harga jual produk di atas harga beli. Keuntungan diperoleh dari sebagian *mark up*. Selain itu pedagang juga harus mengeluarkan sejumlah biaya eksploitasi yang diambilkan dari sebagian *mark up*.⁸³

Adapun dinas Pasar Gebang memberikan kebebasan terhadap pedagang untuk menentukan harga jual buah, hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nasir yang menyatakan bahwa Dinas Pasar di Kota Fajar Kabupaten Aceh Selatan

⁸² Guntur, *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*, 199

⁸³ Muh Abdul Halim, *Teori Ekonomi Mikro*, 146

memberikan kebebasan pedagang dalam menentukan harga jual.⁸⁴ Hal ini juga sesuai dengan apa yang diajarkan oleh Islam sebagaimana disampaikan oleh Rasulullah SAW menyatakan bahwa harga di pasar itu ditentukan oleh Allah. Ini berarti bahwa harga di pasar tidak boleh diintervensi oleh siapapun. Dalam hadis nabi bersabda:⁸⁵

عن انسى بن ملك قال: قال الناس: يارسول الله غالا السعر فسعر لنا.
فقال رسوالله صلى الله عليه وسلم: ان الله هو المسعر القابض الباسط الرازق وئني
نأرجو أن ألقى الله وليس أحد منكم يط لبني بمظلمة في دم ولا مال. (رواه ابو
داود)

Artinya: Dari anas bin malik berkata: Anas berkata: “Wahai Rasulullah tentukanlah harga untuk kita!”. Beliau menjawab, “Allah itu sesungguhnya adalah penentu harga penahan, pencurah, serta pemberi rizki. Aku mengharapkan dapat menemui tuhanku dimana salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta”. (HR. Abu Dawud).⁸⁶

Adapun pedagang utamanya dalam menetapkan harga jual buah di Pasar Gebang sudah sesuai dengan apa yang diajarkan agama, yaitu tidak berlebihan mengambil keuntungan. Jika dirata-rata pedagang mengambil keuntungan maksimal 50% dari total biaya yang dikeluarkan. Hal itu sudah sangat pantas melihat dari kondisi barang yang dijual. Sehingga tidak ada yang merasa dirugikan utamanya pada pembeli atau konsumen.

Hal tersebut menuai kesamaan dengan apa yang dipaparkan oleh P3EI

⁸⁴ Muhammad Nasir, “Analisis Penetapan Harga Pedagang Ikan Asin di Pasar Tradisional Ditinjau Menurut Hukum Perspektif Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Kota Fajar Kabupaten Aceh Selatan)” (Skripsi: Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2017)

⁸⁵ Imam Hafidz Abu Dawud Sulaiman, *Sunan Abu Dawud*, 479.

⁸⁶ P3EI UIY dan BI, *Ekonomi Islam*, 302.

Universitas Islam Yogyakarta dan Bank Indonesia yang menyatakan bahwa Secara umum, harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualannya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.⁸⁷

2. Implikasi Metode Penetapan Harga Terhadap Harga Jual Buah di Pasar Gebang Jember

Sebagaimana disebutkan pada bagian sebelumnya bahwa metode penetapan harga jual buah yang digunakan pedagang buah di Pasar Gebang Jember diantaranya yaitu: metode penetapan harga berbasis permintaan (*price lining*), metode penetapan harga berbasis permintaan (*skimming pricing*), metode penetapan harga berbasis permintaan (*penetration pricing*) dan metode penetapan harga berbasis biaya (*mark up*). Sehingga dengan demikian harga jual buah yang ditetapkan oleh pedagang buah tidak sama, adakalanya sesuai harga pasar, lebih rendah dari harga pasar dan juga lebih tinggi dari harga pasar.

Metode penetapan harga berbasis permintaan (*price lining*), dari hasil analisis yang dilakukan peneliti menyatakan bahwa harga jual buah bervariasi, hal ini sesuai dengan yang diutarakan Effendi M. Guntur

⁸⁷ P3EI UIY dan BI, *Ekonomi Islam*, 331

bahwa, Harga untuk lini produk tersebut bisa bervariasi dan ditetapkan pada tingkat harga tertentu yang berbeda.⁸⁸

Metode penetapan harga berbasis permintaan (*skimming pricing*) dari hasil analisis menyatakan bahwa harga jual buah lebih tinggi dari harga normal, kecuali ketika persaingan ketat dan buah sulit untuk laku maka pedagang akan menurunkan harga. Hal itu sesuai dengan yang dipaparkan oleh Effendi M. Guntur yaitu, *Skimming Pricing* adalah strategi yang diterapkan dengan jalan menetapkan harga tinggi bagi suatu produk baru selama pengenalan, kemudian menurunkan harga barang tersebut saat persaingan mulai ketat.⁸⁹

Metode penetapan harga berbasis permintaan (*penetration pricing*), dari hasil analisis menyatakan bahwa harga jual buah lebih rendah dari harga normal, hal ini disebabkan pedagang lebih mengutamakan cepat habisnya buah yang dijual. Hal ini juga sesuai dengan yang dipaparkan oleh Effendi M. Guntur yaitu, *Penetration Pricing* adalah strategi yang mana perusahaan berusaha memperkenalkan suatu produk baru dengan harga rendah, dengan harapan dapat memperoleh volume penjualan yang besar dalam waktu relatif singkat.⁹⁰

Metode penetapan harga berbasis biaya (*mark up*), dari hasil analisis menyatakan bahwa harga jual buah bergantung pada keinginan pedagang dalam mencapai laba. Hal ini memiliki kesamaan dengan teori

⁸⁸ Guntur, *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*, 199

⁸⁹ Ibid., 199

⁹⁰ Ibid., 199

yang disampaikan Muh Abdul Halim bahwa, *Mark Up* merupakan kelebihan harga jual produk di atas harga beli.⁹¹

3. Implikasi Metode Penetapan Harga Terhadap Laba yang Diperoleh Pedagang Buah di Pasar Gebang Jember

Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa pedagang buah di Pasar Gebang Jember dalam menentukan laba cenderung tidak sama. Perbedaan penetapan laba pada pedagang buah di Pasar Gebang ini, secara fundamental dipengaruhi oleh metode penetapan harga jual buah yang digunakan oleh setiap pedagangnya. Selain itu juga dipengaruhi oleh cara menjual buah, yaitu dengan sistem eceran atau grosir. Hal ini memiliki kesamaan dengan yang dipaparkan oleh Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana yang menyatakan bahwa, harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu, secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi.⁹²

Sesuai juga dengan yang dipaparkan oleh Muh Abdul Halim yang menyatakan bahwa, Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan

⁹¹Muh Abdul Halim, *Teori Ekonomi Mikro*, 146

⁹²Tjiptono dan Diana, *Pemasaran*, 219.

strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan.⁹³



⁹³ Abd Halim, *Teori Ekonomi Mikro*, 149.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Metode penetapan harga jual buah yang digunakan pedagang buah di Pasar Gebang Jember adalah metode penetapan harga berbasis permintaan yaitu penetapan harga yang mana harga bervariasi pada satu jenis buah (*price lining*), harga lebih tinggi dari harga standart selama masa pengenalan (*skimming pricing*), harga lebih rendah dari harga standart pasar (*penetration pricing*) dan metode penetapan harga berbasis biaya (*mark up*) yang mana penetapan harga dalam mengambil keuntungan menyesuaikan dengan keinginan pedagang.
2. Harga jual buah yang ditetapkan oleh pedagang buah tidak sama. Adakalanya sesuai harga pasar, lebih rendah dari harga pasar dan juga lebih tinggi dari harga pasar. Hal itu disebabkan oleh tidak samanya metode penetapan harga yang digunakan oleh tiap-tiap pedagang.
3. Pedagang buah di Pasar Gebang Jember dalam menentukan laba cenderung tidak sama. Perbedaan penetapan laba pada pedagang buah di Pasar Gebang ini, secara fundamental dipengaruhi oleh metode penetapan harga jual buah yang digunakan oleh setiap pedagangnya. Selain itu juga dipengaruhi oleh cara menjual buah, yaitu dengan sistem eceran atau grosir.

B. Saran

1. Bagi Pedagang Buah di Pasar Gebang Jember

Disarankan bagi pedagang harus lebih bijak dalam menetapkan harga jual buahnya, dan lebih baiknya harus membukukan pengeluaran dan pemasukan untuk transaksi jual buah. Selain itu hendaknya dalam menetapkan harga juga melihat dari sisi islamnya bukan hanya untuk kepentingan mencari laba saja. Sehingga dalam hal ini pedagang bisa mendapat berkah dalam transaksinya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Mengingat penelitian ini dirasa masih kurang sempurna, diharapkan supaya bisa dijadikan sebagai penelitian lebih lanjut untuk upaya penyempurnaan penelitian ini, baik bagi peneliti yang bersangkutan maupun oleh peneliti lain sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.

IAIN JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Praktek*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Basuki, Agus Tri dan Nano Prawoto. 2014. *Pengantar Teori Ekonomi*. Yogyakarta: Mitra Pustaka Nurani.
- Boediono. 2015. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Cahyono, Bayu. 2014. Skripsi: *Analisis Strategi Penetapan Harga Pada Taman Pintar Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Djamal, M. 2015. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gitosudarsono, Indriyo. 1998. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Guntur, Effendi M. 2010. *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*. Jakarta: CV Sagung Seto.
- Halim, Muh Abdul. 2018. *Teori Ekonomi Mikro Edisi 3*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hasil Wawancara Pada 6 Pedagang Buah di Pasar Gebang, 10 November 2018
http://dinaspasar.jemberkab.net/index.php?option=com_content&view=article&id=70&catid=18 diakses pada tanggal 13/11/ 2018 pukul: 17.20
- Irawan, Heri. 2017. Tesis: *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai*. Pascasarjana Universitas Islam Negeri Alaudin.
- Irawan, dan Basu Swastha. 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Kementerian Agama RI. 2014 *Al- Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV Mikhraj Khazanah Ilmu.
- Khairiyah, Salehatul. 2017. Skripsi: *Penetapan Harga Buah Berdasarkan Klasifikasi Konsumen Menurut Etika Bisnis Islam.(Studi Pada Pedagang Buah di Kelurahan Kalampangan Kecamatan Sabangan Kota Palangka Raya)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Indonesia: PT Indeks.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Surabaya: Erlangga.
- Malano, Herman. 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Masruroh, Nikmatul. 2015. *Mikro Ekonomi Islam: Sebuah Formulasi Perilaku Ekonomi Muslim*. Jember: IAIN Jember Press.
- Miles, Matthew B. dkk. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mujahidin, Akhmad. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Nasir, Muhammad. 2017. Skripsi: *Analisis Penetapan Harga Pedagang Ikan Asin di Pasar Tradisional Ditinjau Menurut Hukum Perspektif Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Kota Fajar Kabupaten Aceh Selatan*. Fakultas Srari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar – Raniry Darussalam Banda Aceh.
- P3EI Universitas Islam Yogyakarta & Bank Indonesia. 2014. *Ekonomi Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Rofi'ah, Muthi'atur. 2017. Skripsi: *Strategi Pemasaran Pedagang Muslim Di Pasar Tanjung Di Tengah Maraknya Indomaret dan Alfamaret*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Sa'diyah, Faidatus . 2016. Skripsi: *Strategi Penetapan Harga di Pasar Mangli Kaliwates Jember Dalam Persepsi Konsumen*. Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Grasindo.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, Imam Hafidz Abu Dawud, *Sunan Abu Dawud*.
- Wibowo, Sukarno dan Dedi Supriadi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia
- Syafe'i, Rachmat. 2001. *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*. 2016. Yogyakarta: CV Andi.

Penyusun, Tim. 2015. *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.

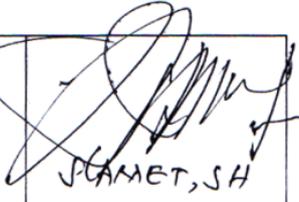
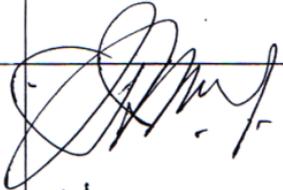
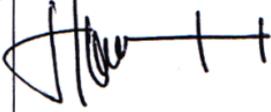
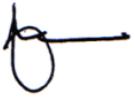


MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Masalah
Strategi penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Gebang Jember	1. Metode Penetapan Harga	1. Permintaan 2. Biaya 3. Laba 4. Pesaing	a. Harga barang x b. Harga barang y c. Pendapatan d. Populasi e. Selera f. Iklan g. Estimasi harga yang akan datang a. Biaya – Plus b. Mark – Up c. Target Pricing a. Pendapatan b. Biaya a. Sama dengan harga produk pesaing b. Lebih rendah daripada harga produk pesaing c. Lebih tinggi daripada harga produk pesaing	1. Informan: a. Pedagang Buah b. Masyarakat/konsumenten c. Dinas Pasar 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan	1. Pendekatan dan Jenis Penelitian a. Pendekatan Kualitatif b. Jenis Penelitian Deskriptif 2. Subjek Penelitian a. <i>Purposive</i> 3. Teknik Pengumpulan Data a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Teknik Analisis Data a. Kondensasi Data b. Penyajian Data c. Kesimpulan 5. Teknik Keabsahan Data a. Triangulasi Sumber	1. Bagaimana metode penetapan harga oleh pedagang buah di pasar Gebang? 2. Bagaimana implikasi metode penetapan harga terhadap harga jual buah? 3. Bagaimana implikasi metode penetapan harga terhadap laba yang diperoleh pedagang buah?

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No.	Tanggal/Bulan	Kegiatan Penelitian	TTD
1	01 Maret 2019	<ul style="list-style-type: none"> . Observasi awal di Pasar Gebang Jember. . Wawancara dengan Bapak Samsul selaku pedagang buah di Pasar Gebang Jember. 	 Y. KAMET, S.H. 
2	03 Maret 2019	<ul style="list-style-type: none"> . Wawancara dengan Ibu Fatimah selaku pedagang buah di Pasar Gebang Jember. 	
3	07 Maret 2019	<ul style="list-style-type: none"> . Observasi. 	
4	11 Maret 2019	<ul style="list-style-type: none"> . Observasi. . Wawancara dengan Bapak Suri selaku pedagang buah di Pasar Gebang Jember. . Wawancara dengan Bapak Totok selaku pedagang buah di Pasar Gebang Jember. 	 
5	13 Maret 2019	<ul style="list-style-type: none"> . Wawancara dengan Ibu Wiwik selaku pedagang buah di Pasar Gebang Jember. 	
6	17 Maret 2019	<ul style="list-style-type: none"> . Wawancara dengan Bapak Firman selaku pedagang buah di Pasar Gebang Jember. 	

7	20 Maret 2019	<ul style="list-style-type: none"> . Wawancara dengan Bapak Slamet selaku Bendahara Penerima Pembantu Pasar Gebang Jember. . Wawancara dengan Ibu Eni selaku konsumen buah di Pasar Gebang Jember. 	 
8	21 Maret 2019	<ul style="list-style-type: none"> . Wawancara dengan Ibu Leha selaku pedagang buah di Pasar Gebang Jember. 	
9	28 Maret 2019	<ul style="list-style-type: none"> . Wawancara dengan Bapak Ilzam selaku konsumen buah di Pasar Gebang Jember. 	
10	29 Maret 2019	<ul style="list-style-type: none"> . Observasi. . Wawancara dengan Ibu Halimah selaku konsumen buah di Pasar Gebang Jember. . Wawancara dengan Bapak Faisol selaku konsumen buah di Pasar Gebang Jember. 	  
11	30 Maret 2019	<ul style="list-style-type: none"> . Wawancara dengan Bapak Supatmo selaku Pegawai Dinas Pasar Gebang Jember 	

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pihak Dinas Pasar Gebang Jember

1. Bagaimana sejarah terbentuknya Pasar Gebang Jember?
2. Bagaimana metode penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Gebang Jember?
3. Apakah ada campur tangan pihak Dinas Pasar dalam menentukan harga jual buah?

B. Pedagang Buah

1. Dari mana asal buah yang anda jual?
2. Apa saja biaya yang dikeluarkan dalam menjual buah?
3. Bagaimana cara menentukan harga jual buah?
4. Apakah ada campur tangan pihak Dinas Pasar dalam menentukan harga jual buah?
5. Apakah biaya berkorelasi dengan harga jual buah?
6. Apakah Permintaan berkorelasi dengan harga jual buah?
7. Bagaimana implikasi penetapan harga terhadap harga jual buah?
8. Bagaimana cara menentukan laba?
9. Apakah laba yang diperoleh tetap?
10. Apakah musim buah berkorelasi dengan laba yang didapat?
11. Lebih untung mana menjual dengan sistem eceran atau grosir?

C. Konsumen

1. Apa alasan konsumen memilih membeli buah di Pasar Gebang Jember?
2. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap harga jual buah?



DOKUMENTASI



Foto bersama Bapak Suri pedagang buah di Pasar Gebang Jember



Foto bersama Bapak Totok pedagang buah di Pasar Gebang Jember



Ibu Fatimah pedagang buah di Pasar Gebang Jember



Ibu Halimah konsumen buah di Pasar Gebang Jember



Bapak Faisol konsumen buah di Pasar Gebang Jember.



Transaksi antara Bapak Firman Pedagang buah dengan Ibu Eni Kosumen buah di Pasar Gebang Jember.



Transaksi jual beli antara Bapak Samsul selaku pedagang buah dengan Bapak Ilzam konsumen buah di Pasar Gebang Jember



Buah baru datang dari desa



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B- 10 /In.20/7.a/PP.00.9/01/2019
lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr : **Pimpinan Dinas Perindustrian dan Perdagangan**
Kabupaten Jember

Di-

TEMPAT

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Muhammad Irham Almaftuhi
NIM : E20152086
Semester : VII
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syari'ah
No Telpon : 081905588643
Dosen Pembimbing : Nikmatul Masruroh, M.E.I
NIP : 19820922 200901 2 005
Judul Penelitian : "Metode Penetapan Harga Oleh Pedagang Buah di Pasar Gebang Jember".

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jember, 23 Januari 2019

a.n. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam

Wakil Dekan Bidang Akademik



W. Khim, S.Ag., M.E.I
NIP. 19630830 199903 1 002



**PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN JEMBER
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

Jalan Letjen S Parman No. 89 ☎ 337853 Jember

Kepada
Yth. Sdr. Kepala Dinas Perindustrian dan
Perdagangan Kab. Jember
di -
J E M B E R

SURAT REKOMENDASI

Nomor : 072/206/415/2019

Tentang

PENELITIAN

- : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi penelitian sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011;
- : 2. Peraturan Bupati Jember No. 46 Tahun 2014 tentang Pedoman Penerbitan Surat Rekomendasi Penelitian Kabupaten Jember
- matikan : Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember tanggal 23 Januari 2019 Nomor : B-10/In.20/7.a/PP.009/01/2019 perihal Permohonan Penelitian

MEREKOMENDASIKAN

- NIM. : Muhammad Irham Almaftuhi / E20152086
- : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember
- : Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember
- n : Mengadakan penelitian dengan judul :
"Metode Penetapan Harga Oleh Pedagang Buah di Pasar Gebang Jember"
- : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember
- egiatan : Januari s/d Maret 2019

pabila tidak bertentangan dengan kewenangan dan ketentuan yang berlaku, diharapkan Saudara bantuan tempat dan atau data seperlunya untuk kegiatan dimaksud.

an dimaksud benar-benar untuk kepentingan Pendidikan

dibenarkan melakukan aktivitas politik

a situasi dan kondisi wilayah tidak memungkinkan akan dilakukan penghentian kegiatan.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Ditetapkan di : Jember
Tanggal : 24-01-2019

An. KEPALA BAKESBANG DAN POLITIK

KABUPATEN JEMBER

Sekretaris



Drs. HERTI WIDODO

Pembina Tk. I

NIP. 195112241988121001

1. Dekan Fak. Ekonomi & Bisnis Islam IAIN Jember;
2. Yang Bersangkutan.



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

Jalan Kalimantan No. 82, Telp./ Fax. 0331 – 334497

J E M B E R 68121

SURAT KETERANGAN

Nomor: 800/ 224 /35.09.331/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : H. HAIDORI, S.E., M.Si.
NIP : 19671229 199303 1 008
Jabatan : Sekretaris Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember
Alamat : Jalan Kalimantan no. 82, Kec. Sumbersari, Kab. Jember

Menyatakan bahwa:

Nama : MUHAMMAD IRHAM ALMAFTUHI
NIM : E20152086
Instansi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember

Untuk melakukan penelitian untuk penyusunan tugas akhir dengan judul “Metode Penetapan Harga Oleh Pedagang Buah” di Pasar Gebang Jember pada Bulan Januari s/d Maret 2019.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 29 Mei 2019

a.n. Plt. KEPALA DINAS PERINDUSTRIAN DAN
PERDAGANGAN KABUPATEN JEMBER



H. HAIDORI, S.E., M.Si
Pembina Tk. I
NIP. 19671229 199303 1 008

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Bismillahirrohmanirrohim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Irham Almaftuhi

NIM : E20152086

Prodi : Ekonomi Syariah

Jurusan : Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi yang berjudul “Metode Penetapan Harga oleh Pedagang Buah di Pasar Gebang Jember” secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 27 Mei 2019

Penulis



Muhammad Irham Almaftuhi

NIM. E20152086

BIODATA PENULIS



Nama Lengkap : Muhammad Irham Almaftuhi
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 06 Agustus 1997
Alamat : RT 001 RW 006 Lingk. Kebon Lor Banjar Sengon
Patrang Jember
No HP : 081905588643
Email : irham.tuhi@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

Pendidikan Formal:

1. SDN Banjar Sengon 2 , Patrang - Jember
(Tahun 2003-2009)
2. SMPN 7 Jember
(Tahun 2009-2012)
3. SMK Nurul Jadid Paiton Probolinggo
(Tahun 2012-2015)
4. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember
(Tahun 2015-2019)