STRATEGI PENETAPAN HARGA PERUMAHAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS DI PERUMAHAN ISTANA TEGAL BESAR JEMBER PT KINANSYAH GROUP)

SKRIPSI

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

Oleh :

ULIL ABSOR RABBANI ARIFIN
NIM : 083144190

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOVEMBER 2020

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

STRATEGI PENETAPAN HARGA PERUMAHAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS DI PERUMAHAN ISTANA TEGAL BESAR JEMBER PT KINANSYAH GROUP)

SKRIPSI

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

Oleh :

ULIL ABSOR RABBANI ARIFIN
083144190

Disetujui Pembimbing

M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I
NIP. 19760812 200801 1 015

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

STRATEGI PENETAPAN HARGA PERUMAHAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS DI PERUMAHAN ISTANA TEGAL BESAR JEMBER PT KINANSYAH GROUP)

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Rabu
Tanggal: 25 November 2020

Tim Penguji

Ketua

Hj. Nurul Setianingrum, SE., M.M
NIP. 196905231998032001

Sekretaris

Siti Masrohatin, MM.
NIP. 197806122009122001

Anggota :

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M. Si. (
2. M.F Hidayatullah, M,Si (

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP. 196808072000031001

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

MOTTO

يَاأَيُّهَاالَّذِيْنَ اَمَنُوا لَاتَأْكُلُوْا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّاأَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَاتَقْتُلُوْا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".[1]

[1]Al-Qur'an dan terjemahnya, 4:29

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Swt. yang Maha pengasih lagi Maha Penyayang dan shalawat kepada Baginda Rasulullah, Nabi Muhammad Saw, semoga skripsi ini diridhai di sisi-Nya. Sebagai tanda terima kasih kepada mereka yang telah banyak berjasa dalam kesuksesan belajar yang telah saya lalui selama ini, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Aba, Moh. Arifin dan Umi, Suhaeriah tercinta. Terima kasih atas bimbingan dan kesabaran dalam menantikan kelulusanku dan doa yang selalu kalian panjatkan disetiap selesai sholat,
2. Saudaraku, Ahmad David Royyifi yang selalu mendukungku disaat senang maupun sedih,
3. Guru-guru dan dosen-dosenku, semoga ilmu yang kudapat akan bermanfaat untuk keluarga, agama, dan bangsa,
4. Teman-teman pondok pesantren Al-bidayah yang selalu menjadi penyemangat meskipun dalam bentuk sindiran,
5. Almamaterku tercinta "IAIN Jember", yang telah menaungiku selama menempuh studi.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

ABSTRAK

Ulil Absor Rabbani Arifin, M.F Hidayatullah, M,Si, 2020 : *Strategi Penetapan Harga Perumahan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Perumahan Istana Tegal Besar Jember Pt Kinansyah Group)*

Seiring dengan berkembangnya zaman, proses dan transaksi jual beli pun semakin berkembang termasuk dalam hal strategi penetapan harga. Strategi penetapan harga merupakan tindakan yang dilakukan untuk menghasilkan pendapatan. Ada beragam strategi penetapan harga baik ditinjau dari perspektif ekonomi secara umum maupun persepktif ekonomi syariah. Strategi penetapan harga dapat juga berlaku dalam segala jenis jual beli, salah satunya jual beli perumahan di Perumahan Istana Tegal Besar.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar? 2) Bagaimana strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar menurut perspektif Ekonomi Islam?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar dan Untuk mengetahui strategi penetapan harga Perumahan Istana Tegal Besar menurut Prespektif Ekonomi Islam.

Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi , *interview*/wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini memperoleh kesimpulan: 1) strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar berdasarkan biaya dan persaingan 2) strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar menurut perspektif ekonomi Islam telah sesuai dengan nilai-nilai syariah Islam karena harga yang ditetapkan berbasis keridhaan, keadilan, dan kejujuran.

Penetapan harga Perumahan Istana Tegal Besar telah sesuai dengan konsep dan prinsip-prinsip ekonomi Islam yaitu harga berbasis keridhaan, keadilan, dan kejujuran. Harga berbasis keridhaan ditunjukkan dengan kerelaan dan tidak ada penyesalan dari pembeli. Harga berbasis keadilan ditunjukkan dengan tidak ada pihak yang terzalimi dari kedua belah pihak dan penetapan harganya sudah menyesuaikan mekanisme pasar yang sudah ada, dan harga berbasis kejujuran yang ditunjukkan dengan tidak adanya manipulasi serta tidak ada perubahan atas harga kesepakatan awal.

Kata kunci : harga, penetapan, ekonomi Islam .

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

ABSTRAK

Ulil Absor Rabbani Arifin, M.F Hidayatullah, M,Si, 2020 : *Strategy For Setting Housing Prices In Islamic Economic Perspective (A Case Study at the Istana Tegal Besar Jember Housing Pt Kinansyah Group)*

Along with the development of the times, the buying and selling process and transactions are increasingly developing, including in terms of pricing strategies. Pricing strategies are actions taken to generate income. There are various pricing strategies both from an economic perspective in general and from a sharia economic perspective. The pricing strategy can also apply to all types of buying and selling, one of which is buying and selling housing at the Istana Tegal Besar Housing.

The focus of the problems examined in this thesis are: 1) What is the pricing strategy in the Istana Tegal Besar Housing Complex? 2) What is the pricing strategy at Istana Tegal Besar Housing from the perspective of Islamic Economics?

The purpose of this study was to determine the pricing strategy in the Istana Tegal Besar Housing Complex and to determine the pricing strategy for the Istana Tegal Besar Housing according to the Islamic Economic Perspective.

To identify these problems, this study uses descriptive research with a qualitative approach. The data collection techniques are carried out by observation, interview / interview, and documentation. This research concludes: 1) the pricing strategy at the Tegal Besar Palace Housing based on cost and competition 2) the price fixing strategy at the Tegal Besar Palace Housing according to the Islamic economic perspective is in accordance with Islamic sharia values because the price set is based on pleasure, justice, and honesty.

The price fixing for Istana Tegal Besar Housing is in accordance with the concepts and principles of Islamic economics, namely prices based on pleasure, justice and honesty. Pleasure-based prices are indicated by willingness and no remorse from the buyer. Fairness-based pricing is indicated by no party being wronged from both parties and the price fixing has adjusted to the existing market mechanism, and honesty-based prices are shown by the absence of manipulation and no change in the initial agreed price.

Keywords : Price, Determination, Islamic economics.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT berkat Taufiq, Hidayah, dan Kekuasaan-Nya dan Shalawat serta salam tetap tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. beserta keluarga dan sahabat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari, menyusun skripsi yang berjudul "Strategi Penetapan Harga Perumahan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Perumahan Istana Tegal Besar Jember Pt Kinansyah Group)" dapat terselesaikan dengan baik tak lepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto,S.E.,M.M sebagai Rektor Institut Agama Islam Negeri Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. sebagai Dekan Fakulas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jember.
3. Ibu Nikmatul Masruroh, M.E.I sebagai Dosen Penasehat Akademik (DPA) yang telah membimbing saya dari semeter awal sampai akhir.
4. Bapak M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I sebagai Dosen Pembimbing yang dengan sabar membimbing penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Dosen Fakultas Ekonomi Syariah IAIN Jember yang telah memberikan ilmu-imunya dengan tulus dan ikhlas.
6. Pemilik PT. Kinansyah Adi Land yang telah bersedia memberikan izin untuk melaksanakan penelitian ini.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

7. Semua pihak secara langsung dan tidak langsung turut membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, baik dari segi materi maupun penyajiannya, untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan dalam penyempurnaan tugas akhir ini. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya kepada penulis sendiri.

Akhirnya, semoga segala amal baik yanng telah bapak dan ibu berikan kepada penulis mendapatkan balasan yang baik dari Allah SWT.

Jember, 24 November 2020

Penulis

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**

PENGESAHAN TIM PENGUJI ..... **iii**

MOTTO ..... **iv**

PERSEMBAHAN ..... **v**

ABSTRAK ..... **vi**

KATA PENGANTAR ..... **viii**

DAFTAR ISI ..... **x**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang Penelitian 1

B. Fokus Penelitian 5

C. Tujuan Penelitian 6

D. Manfaat Penelitian 6

E. Definisi Istilah 7

F. Sistematika Pembahasan 9

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN **11**

A. Penelitian Terdahulu 11

B. Kajian Teori 30

1. Strategi Penetapan Harga 30

2. Strategi Penetapan Harga Menurut Perspektif Islam 41

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 59

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 59

B. Lokasi Penelitian 59

C. Subyek Penelitian 60

D. Teknik Pengumpulan Data 61

E. Analisis Data 63

F. Keabsahan Data 64

G. Tahap-tahap Penelitian 65

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS 67

A. Gambaran Obyek Penelitian 67

B. Penyajian Data dan Analisis 68

C. Pembahasan Temuan 79

BAB V PENUTUP 88

A. Kesimpulan 88

B. Saran-saran 89

DAFTAR PUSTAKA 90

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Matrik penelitian 95

Lampiran 2: Pernyataan Keaslian Tulisan 96

Lampiran 3: Surat Keterangan Izin Penelitian 97

Lampiran 4: Peta Perumahan Istana Tegal Besar 98

Lampiran 5: Struktur Perumahan Istana Tegal Besar 99

Lampiran 6: Instrumen Penelitian 100

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Lampiran 7: Jurnal Penelitian 102

Lampiran 8: Dokumentasi penelitian 103

Lampiran 9: Surat Selesai Penelitian 106

Lampiran 10: Biodata Penelitian 107

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal.
1.1	Daftar Harga Perumahan Istana Tegal Besar.....	5
2.1	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Terdahulu.....	27
4.1	Daftar Harga Perumahan Istana Tegal Besar.....	68

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perumahan merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi oleh manusia. Selain sebagai tempat berteduh, rumah merupakan tempat yang bisa memberikan kenyamanan pada penghuninya, sehingga dibutuhkan hunian yang layak dan nyaman untuk ditempati.[2] Beberapa tahun terakhir terjadi peningkatan jumlah permintaan akan tempat tinggal yang layak huni dikarenakan semakin minimnya lahan dan meningkatnya jumlah penduduk di wilayah perkotaan. Hal ini menyebabkan terjadinya perluasan kota. Kelurahan Tegal Besar merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Jember, yang mengalami pengembangan wilayah yang cukup pesat. Hal ini ditandai dengan banyak bermunculnya perumahan-perumahan baru di wilayah Kelurahan Tegal Besar.[3]

Banyak pengembang memanfaatkan peluang tersebut untuk berinvestasi di bidang properti dengan membangun perumahan, sehingga banyak sekali investor-investor di kota Jember. Hal tersebut membuka peluang bagi siapa saja yang ingin membuka investasi di bidang tersebut. Karena tingginya persaingan tersebut, maka dibutuhkan penentuan harga

[2] Damayanti, R. R., & Utomo, C. C. (2014). "Analisa Biaya dan Permintaan Pada Penetapan Harga Marginal Unit Rumah di Perumahan Royal Regency", Lumajang. *Jurnal Teknik ITS*, *3*(1), D36-D40.

[3] Prasetyo, D. 2013. Analisa Bangkitan Perjalanan Pada Kawasan Perumahan Di Kelurahan Tegal Besar Kabupaten Jember Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. Skripsi. Universitas Jember

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

yang tepat agar dapat bersaing dengan investor – investor yang lain.[4] Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tertentu.[5] Menjalankan suatu usaha tidak akan lepas dari penetapan harga karena penetapan harga sudah menjadi bagian di dalam pelaksanaan perekonomian khususnya dalam dunia usaha sehingga menjadi hal yang harus dilakukan dalam menjalankan usaha perusahaan.[6]

Dalam Islam praktik jual beli sendiri diperbolehkan selama memenuhi syarat dan sesuai ketentuan hukum yang berlaku. Hal ini dijelaskan dalam Al-Quran yang berbunyi "*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".*[7] Ayat tersebut menjelaskan bahwa Islam memperbolehkan jual beli dengan cara yang baik dan tidak bertentangan dengan hukum Islam, yakni jual beli yang terhindar dari unsur gharar, riba, pemaksaan, dan lain sebagainya. Jual beli juga harus didasari rasa suka sama suka antara masing-masing pihak, karena jual beli merupakan perwujudan dari hubungan antar sesama manusia sehari-hari.

[4] Damayanti, R. R., & Utomo, C. C. (2014). "Analisa Biaya dan Permintaan Pada Penetapan Harga Marginal Unit Rumah di Perumahan Royal Regency, Lumajang". *Jurnal Teknik ITS*, *3*(1), D36-D40.
[5] Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2001), 297.
[6] A. N Lubis. *Strategi Pemasaran dalam persaingan bisnis*. (*Universitas Sumatera Utara*. 2004).
[7] Al-Qur‟an dan Terjemahanya, 4: 29.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Seiring dengan berkembangnya zaman, proses dan transaksi jual beli pun semakin berkembang. Oleh sebab itu, baik penjual maupun pembeli pembeli harus lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli, terutama dalam hal penetapan harga. Penetapan harga dapat disesuaikan dengan harga yang berlaku secara umum atau sesuai dengan kesepakatan. Menetapkan harga terlalu tinggi pada suatu barang dapat mempengaruhi penjualan. Sedangkan menetapkan harga terlalu rendah juga dapat mengurangi keuntungan dan penjualan. Untuk menghadapi hal itu, suatu usaha perlu suatu strategi penetapan harga untuk memenangkan persaingan agar kelangsungan hidup usaha tetap terjamin dan dapat bertahan di pasaran.[8] Selain itu, terdapat beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi harga menjadi tidak normal, seperti permainan harga yang disebabkan oleh praktik monopoli dan persaingan tidak sehat, penyalahgunaaan kelemahan yang terdapat pada diri konsumen seperti keadaan SDM lemah, tidak terpelajar atau keadaan konsumen yang sedang terdesak untuk memenuhi suatu kebutuhannya, penipuan dan informasi yang tidak merata dan transparasi.[9]

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada Perumahan Istana Tegal Besar terdapat masalah yang timbul yang berkaitan dengan penetapan harga. Penetapan harga dalam Perumahan Istana Tegal Besar seperti yang dikatakan oleh bapak Ranu bahwa dalam memberikan harga awal atau dalam membuka harga pasar, mereka memberikan harga dengan sistem keuntungan

[8] Amalia, E. 2013. Mekanisme Pasar Dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, *5*(1)

[9] Nasir, M. (2018). *Analisis Penetapan Harga Pedagang Ikan Asin di Pasar Tradisional Ditinjau Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus pada Pedagang Ikan Asin di Pasar Tradisional Kota Fajar Kabupaten Aceh Selatan)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

yang melebihi modal sebagai contoh awal jika membangun satu tempat tinggal, seandainya dalam pembangunan itu menghabiskan dana sebesar 50 juta, maka harga jualnya seharga 115 juta. Dengan cara ini dapat meminimalisir kerugian dan dapat digunakan untuk pengembangan pembangunan yang lain. Meskipun risiko terjual lebih lama, tetapi lebih baik rugi waktu dari pada rugi modal[10]. Dalam penetapan harga tersebut tentunya akan menimbulkan berbagai reaksi atau tanggapan dari pembeli atau masyarakat yang mengetahui terutama pada sistem keadilan dalam penetapan harga. Misalnya mulai ada yang tidak setuju dengan penetapan harganya, sehingga penjualan rumah tidak berdasarkan kerelaan hati kedua belah pihak, tetapi ada juga yang senang dengan sistem tersebut karena banyak orang yang diuntungkan oleh sistem tersebut seperti halnya pegawai, pekerja (tukang), dan lain-lain. Setiap kegiatan jual beli dalam Islam ada aturanya sendiri supaya tidak merugikan salah satu pihak termasuk dalam penetapan harga. Berdasarkan data wawancara tersebut, strategi penetapan harga perlu diteliti untuk mengetahui strategi yang digunakan di Perumahan Istana Tegal Besar dalam pandangan dan kaidah-kaidah Ekonomi Islam.

Strategi penetapan harga Perumahan Istana Tegal Besar diungkapkan oleh Basuki yang mengatakan bahwa strategi dalam menetapkan harga pasar itu tidak banyak biasanya disesuaikan dengan tipe rumah yang ada. Tentunya tipe rumah yang berbeda memiliki harga yang berbeda karena fasilitas yang ditawarkan juga berbeda, dalam hal ini untuk menarik minat konsumen

[10] Ranu , *Wawancara*, Jember, 12 Agustus 2019

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pintar-pintar dalam menyampaikan kelebihan masing-masing unit sehingga konsumen tertarik dengan harga yang ditawarkan[11]. Hasil wawancara dengan bapak Basuki didapat data daftar harga perumahan di Perumahan Istana Tegal Besar sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar Harga Perumahan Istana Tegal Besar

Tipe	Cluster	KPR	Angsuran Bank (10.99%)		
			5 Tahun	10 Tahhn	15 Tahun
40/72	KUTAI,TARUMANEGARA UTAMA, DEMAK	220.000.000	4.599.210	3.111.730	2.548.130
40/72	SINGOSARI UTAMA	240.000.000	5.410.050	3.394.610	2.779.770
45/84	MAJAPAHIT	265.000.000	5.973.600	3.748.210	3.069.330
58/98	MAJAPAHIT	380.000..000	8.565.910	5.374.800	4.401.310
81/105	MAJAPAHIT	400.000.000	9.016.750	5.657.680	4.032.950
90/112	MAJAPAHIT	450.000.000	10.143.840	6.364.890	5.212.070

Sumber : Pamflet Perumahan

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian terhadap strategi penerapan penetapan harga pada perumahan yang ada di Perumahan Istana Tegal Besar yang dibawah naungan PT Kinansyah Adi Land Jember ini berdasarkan pandangan dan kaidah-kaidah ekonomi Islam. Dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti dalam bentuk skripsi yang berjudul "Strategi Penetapan Harga Perumahan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Perumahan Istana Tegal Besar Jember PT Kinansyah Group).

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka fokus masalah dalam penelitian ini adalah:

[11] Basuki , *Wawancara*, Jember, 09 Agustus 2019

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

1. Bagaimana strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar ?
2. Bagaimana strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar menurut perspektif ekonomi Islam ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar
2. Untuk mengetahui strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar menurut pespektif ekonomi Islam

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka diharapkan penelitian ini mampu memberikan manfaat yang berupa :

1. Manfaat teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi semua pihak, memperkaya *khazanah* keilmuan dan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai teori yang berkaitan dengan strategi penetapan harga perumahan.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Penulis

      Dapat digunakan sebagai rujukan dan perbandingan penetapan harga penulis-penulis yang akan datang dalam menyusun sebuah

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

skripsi atau karya ilmiah lainnya khusunya yang berkaitan dengan masalah penetapan harga dipasar.

b. Bagi Akademik

Penulis berharap penelitian ini juga dapat dijadikan tambahan referensi atau sumber informasi dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian berikutnya.

c. Bagi Pembaca

Dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi penelitian yang berhubungan dengan masalah relevan dalam penelitian ini.

E. Definisi Istilah

Berdasarkan tujuan penelitian dan rumusan masalah diatas, maka definisi yang bisa difahami dari konsep atau judul yang peneliti ajukan antara lain:

1. Strategi adalah suatu kerangka kerja yang dapat digunakan untuk menyelesaikan setiap masalah yang ada dalam suatu organisasi atau perusahaan, terutama yang berkaitan dengan persaingan.[12] Strategi juga dapat diartikan sebagai sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.[13]

[12] Sondang P. Siagian, *Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi* (Jakarta: PT Gunung Agung, 1985), 16.
[13] Fred R David, *Strategi Management, terj. Dono Sunardi* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 18.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

2. Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan.[14] Menurut Tjiptono, harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepimilikan atau pengguna suatu barang dan jasa. Harga merupakan pendapatan bagi pengusaha, maka ditinjau dari segi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang mesti dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen tersebut.
3. Penetapan harga adalah suatu strategi yang menjadi kunci dalam perusahaan sebagai bentuk konsentrasi dari deregulasi, dan persaingan pasar secara global yang semakin sengit. Penetapan harga merupakan tahapan dimana perusahaan mengklasifikasikan dan menggolongkan produk atau jasa yang dihasilkannya merupakan 'produk baru' yang belum memiliki konsumen loyal/tetap atau 'produk yang telah beredar' yang telah memiliki pangsa pasar tersendiri.[15]
4. Strategi penetapan harga adalah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan untuk mengklasifikasikan dan menggolongkan produk atau jasa untuk menetapkan unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan
5. Ekonomi Islam merupakan suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan

[14] Kotler, *Manajemen Pemasaran* (edisi ke sebelas) jilid 2, (Jakarta : Gramedia, 2005), 139.
[15] Dara, N., & Purnaningsih, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Pakaian Batik Terhadap Minat Beli Pelanggan Pasar Tanah Abang. *Dynamic Management Journal*, *2*(1).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara Islam, yaitu berdasarkan atas ajaran agama Islam, yaitu Al Qur'an dan Sunnah Nabi[16]

6. Strategi penetapan harga menurut perspektif ekonomi Islam merupakan merupakan tindakan penentuan harga dengan mendasarkan pada tata aturan moral dan etika syariah berdasarkan atas ajaran agama Islam, yaitu Al Qur'an dan Sunnah Nabi untuk mencapai tujuan dari syariah Islam itu sendiri, yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.[17]

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan mendeskripsikan alur pembahasan yang akan dijabarkan dalam penelitian. Hal ini bertujuan agar penelitian memiliki alur logika yang jelas dan sistematik sehingga lebih mudah dipahami. Adapun sistematika pembahasan yang dimaksud adalah :

Bab I Pendahuluan, berisi latar belakang yang memuat uraian secara singkat latar belakang dilakukannya penelitian. Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan akan memunculkan fokus penelitian, selanjutnya dari fokus masalah yang ada memiliki beberapa tujuan penelitian, manfaat penelitian bagi semua pihak, definisi istilah yang berisikan pengertian secara singkat istilah-istilah penting dalam penelitian dan sistematika pembahasan yang memuat tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan sampai dengan bab penutup.

[16] Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2005), 17.
[17] Amalia, E. 2013. Mekanisme Pasar Dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, *5*(2)

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Bab II Kajian Kepustakaan, memaparkan kajian kepustakaan terkait kajian terdahulu serta literatur yang berhubungan dengan penelitian. Penelitian terdahulu mencantumkan penelitian yang sejenis yang telah diteliti sebelumnya. Di samping itu, kajian kepustakaan juga memuat pengembangan tentang kajian teori yang meliputi kerangka teoritik tentang Strategi Penetapan Harga Perumahan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi kasus Di Perumahan Istana Tegal Besar PT Kinansyah Group)

Bab III Metode Penelitian, yang berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, subyek penelitian, obyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian. Adapun fungsi dari bab ini ialah sebagai pedoman penelitian.

Bab IV Penyajian Data dan Analisis Data, dalam bab ini mengemukakan secara rinci bukti-bukti yang diperoleh dan merupakan hasil temuan penelitian, sehingga mengemukakan tentang gambaran obyek penelitian, penyajian dan analisis, serta pembahasan temuan.

Bab V Penutup, yang berisi tentang kesimpulan penelitian yang dilengkapi dengan saran-saran dari peneliti.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini penelitian mencantumkan berbagai hasil peneliti terdahulu yang terkait dengan peneliti yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya), dengan melakukan langkah ini, maka akan dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi peneliti yang hendak dilakukan.

1. Siti Mudawamah, [18]Mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, tahun 2017 melakukan penelitian dengan judul Analisis Strategi Penetapan Harga Bandeng Presto dalam menghadapi Persaingan Usaha (studi kasus pada UKM Bandeng Presto Desa Dukutalit, Juwana, Pati). Harga merupakan suatu hal yangpenting dalam menjual sesuatu produk. Harga juga menjadi faktor terpenting dalam persaingan usaha. Penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Penetapan harga bukanlah suatu hal yang mudah bagi pemilik perusahaan. Perusahaan harus memikirkan strategi penetapan harga yang tepat untuk produk yan dijual. Usaha Bandeng Presto merupakan usaha unggulan di Desa Dukutalit. Adapaun tujuannya yaitu untuk mengetahui strategi penetapan harga yang ada didalam UKM

[18] Siti Mudawamah, *Analisis Strategi Penetapan Harga Bandeng Presto Dalam menghadapi Persaingan Usaha (studi kasus pada UKM Bandeng Presto Desa Dukutalit, Juwana,Pati)*, (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2017)

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Bandeng Presto di Desa Dukutalit, Juwana, Pati, serta untuk mengetahui strategi yang diterapkan UKM Bandeng Presto di Desa Dukutalit,Juwana, Pati dalam menghadapi persaingan usaha.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mengumulkan datanya dengan wawancara, observasi dan dokumentasi di Desa Dukutalit, Juwana, Pati. Data penelitian yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis Deskriptif.

Berdasarkan analisis hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi penetapan harga yang digunakan UKM bandeng presto dalam menghadapai persaingan usaha yaitu dengan menggunakan metode penetapan harga *mark-up.* Secara pendangan Islam yaitu menetapkan harga yang ada di UKM bandeng presto di Desa Dukutalit sudah mengikuti ajaran Islam. Penetapan harga sesuai Islm yaitu menetapkan harga berdasarkan permintaan dan peawaran yang ada di pasar, strategi keunggulan bersaing yang digunkan dalam usaha bandeng presto yaitu *cost advantage.* Dalam strategi ini UKM bandeng presto menghasilkan produk yang sama yaitu berupa bandeng presto dengan biaya yang rendah. Pesaing usaha bandeng presto di Desa Dukutalit merupakan persaingan yang sehat karena tidak melanggar prinsip syariah.

2. Iman Romansyah,[19] mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam, tahun 2016 dengan Judul "Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume

[19] Iman Romansyah, *Analisis Penetapah Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Skripsi, IAIN Jember, 2016)

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam"(Studi Komparasi pada Yussy Akmal dan *Shereen Cake's and Bread*). Latar belakang penelitian ini adalah bahwa ketatnya persaingan di dunia industri makanan pada saat ini, sehingga perusahaan berlomba-lomba dalam persaingan yang sangat ketat ini yang bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Salah satu upaya mereka dalam mempertahankan pelanggan salah satunya adalah dengan cara menetapkan harga jual produk yang sebaik-baiknya karena harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran.

Permasalahan yang dikaji dalam penulisan ini adalah: 1) Bagaimana penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan di Yussy Akmal dan *Shereen Cake's and bread*? 2) Bagaimana penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan pada Yussy Akmal dan *Shereen Cake's and bread* dalam perspektif Ekonomi Islam? Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui proses dan metode yang dipakai dalam penetapan harga jual produk pada Yussy Akmal dan *Shereen cake's and bread* terhadap volume penjualan; 2) metode yang dipakai dalam penetapan harga ditinjau dalam perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Sasaran wawancaranya adalah yang terlibat dalam proses penetapan harga jual, seperti owner ataupun manager yang berwenanang. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan analisisnya

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

menggunakan analisa kualitatif (*non statistik*) yang bersifat deskriptif kualitatif, dengan menggunakan cara berfikir induktif.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa pertama, perusahaan Yussy Akmal menggunakan metode berbasis biaya penuh plus tambahan tertentu (*Full cost plus mark-up*). Metode ini terlihat pada data penjualan sangat efektif meningkatkan volume penjualan tiap tahunnya. Sedangkan pada perusahaan Shereen menggunnakan metode berbasis pasar haga pesaing (*competitor price*). Dalam hal ini pada data penjualan atau grafik data penjualan pada tahun 2013-2015 terdapat mengalami penurunan volume penjualan pada beberapa produk Shereen dapat diartikan bahwa metode yang ditetapkan shereen dalam menetapkan harga tidak efektif dalam meningkatkan volume penjualan pada tahun 2013-2015. Kedua, penetapan harga tehadap volume penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam tidak ada batasan dalam proses bagaimana penetapannya, pada kedua perusahaan ini tidak ada praktek yang dilarang agama Islam, tetapi perusahaan harus mementingkan kemashlahatan bersama dan kode etik dalam berdagang tidak ada unsur merugikan salah satu pihak.

3. Slamet Riadi[20] mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam, tahun 2018, telah melakukan penelitian tentang Strategi Penetapan Harga Home Industri Roti Arli Food Di Desa Gambirono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten

[20] Slamet Riadi, *Strategi Penetapan Harga Home Industri Roti Arli Food Di Desa Gambirono*, (Skripsi, IAIN Jember,2018)

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Jember . Home Industri roti merupakan salah satu usaha yang ada di Desa Gambirono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember, kalau dilihat dari kualitas produk yang dihasilkan sangat berkualitas. Akan tetapi mengapa perusahaan masih tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh pemilik perusahaan, seperti produk yang ditawarkan berkualitas tinggi, akan tetapi permintaan dari konsumen minim, atau naik turun (tidak stabil). Apakah mungkin home industri ini kurang tepat dalam menetapkan harga, karena harga sangatlah penting dan berpengaruh sekali atas perkembangan perusahaan.

Fokus masalah yang diteliti: 1) Bagaimana penetapan harga home industri roti ARLI FOOD di Desa Gambirono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember? 2) Bagaimana strategi penetapan harga home industri roti ARLI FOOD di Desa Gambirono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember?. Tujuan dalam penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan penetapan harga home industri roti ARLI FOOD di Desa Gambirono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember; 2)Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi penetapan harga home industri roti di Desa Gambirono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunaan metode pendekatan kualitatif. Jenis penelitian menggunakan studi kasus. Sedangkan teknik pengumpulan data meliputi: observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian yaitu deskriptif kualitatiff. Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi teknik dan sumber.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini: 1)Perusahaan Home Industri Roti ARLI FOOD di Desa Gambirono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember, dalam menentukan harga produksinya dengan cara terlebih dahulu menjumlahkan tidak menambahi atau mengurangi harga dalam setiap lokasi pasar yang menadi konsumennya, sekalipun lokasi pasarnya jauh. Perusahaan menetapkan harga yang sama kepada setiap konsumen; 2) Perusahaan Home Industri Roti ARLI FOOD di Desa Gambirono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember, dalam memilih sasaran harga kepada konsumen berbeda. Dalam memilih sasaran harga Home Industri Roti memilih sasaran konsumen pada bulan-bulan tertentu seperti musim nikahan. Akan tetapi dalam masalah menentukan sasaran harga perusahaan mematok harga sesuai dengan besarnya produk.

4. Tati Urrokhmah,[21] mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam, tahun 2018 dengan judul Strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada Kayla Fashion serba 35.000 Purwokerto. Persaingan didunia usaha yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk melakukan strategei pemasaran yang jitu agar dapat memenangkan persaingan. Dalam hal ini perusahaan berlomba-lomba dalam persaingan yang bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Kayla Fashion dalam meningkatkan dan mempertahankan pelanggan salah satunya adalah dengan cara meneapan harga jual produk yang

[21] Tati Urrokhmah, *strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada Kayla Fashion serba 35.000 Purwokerto,* (skripsi, IAIN Purwokerto, 2018)

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

sebaik baiknya. Karena harga merupakan salah satu bagina yang sangat penting dalam pemasaran. Perusahaan harus benar-benar mempertimbangkan penetapan harga jual produk dangen memperhitungkan proses dalam produk yang akan dijual guna untuk meningkatkan dan mempertahankan volume penjualan.

Penelitian ini merupakan peneliitian kualitatif. Informasi mengenai penelitian didapatkan dari teknik-teknik pengumpulan data yang telah dilakukan terhadap subyek penelitian yaitu Kepala Toko Kayla Fashion Purwokerto. Metode analisis data yang digunakan adlah teknik deskriptif-kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Kayla Fashion Purwokerto selama Juli 2017 sampai tahun 2018.

Hasil penelitiannya adalah strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada Kayla Fashion serba 35.000 Purwokerto melalui 2 metode, yaitu strategi penetapan harga produk baru dan dtrategi fleksibilitas harga. Metode ini sangat efektif dalam meningkatkan volume penjualan, terlihat pada data penjualan atau grafik data penjualan pada tahun 2015-2017 Kayla Fashion mengalami peningkatan volume penjualan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa strategi penetapan harga yang digunakan oleh toko Kayla Fashion memberikan dampak positif bagi perusahaan.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

5. Faidatus Sa'diyah[22] mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam, tahun 2016 melakukan penelitian tentang persepsi konsumen terhadap strategi penetapan harga di pasar Mangli Kaliwates Jember dalam Perspektif Ekonomi Islam. Seperti telah diketahui pasar merupakan tempat bertemunya pedagang dan pembeli dan tempat berputarnya uang, selain itu didalamnya juga terjadi persaingan antar pedagang dalam menjual barang dagangannya menggunakan berbagai cara, seperti halnya yang terjadi di pasar Mangli. Ketatnya persaingan antar pedagang di pasar Mangli khususnya dalam masalah penetapan harga memunculkan berbagai persepsi dari para konsumen, baik persepsi yang bersifat negatif serta menimbulkan pertanyaan sudah benarkah praktik penetapan harga yang dilakukan para pedagang dipasar Mangli khususnya dilihat dari Perspektif Ekonomi Islam.

   Berdasarkan latar belakang diatas, fokus penelitian ini adalah: 1) Bagaimana praktek penetapan harga yang berlaku dipasar Mangli, Kaliwates, Jember? 2) Bagaimana persepsi konsumen terhadap penetapan harga dipasar Mangli Kaliwates? Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui praktek penetapan harga yang terjadi dipasar Mangli Kaliwates Jember; 2) Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap penetapan harga yang ada di pasar Mangli Kaliwates Jember.

[22] Faidatus Sa'diyah, *Strategi Penetapan Harga DI Pasar Mangli Kaliwates*, (Skripsi, IAIN Jember, 2016)

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Setelah data-data terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan data deskriptif analisis degan menggunakan pola pikir induktif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: 1) Para umumnya para pedagang dipasar Mangli dalam menggunakan harga dengan metode *Mark-Up Pricing* dan metode *Cost Plus Pricing*. Selain itu penetapn harga dipasar Mangli juga sangat dipengaruhi oleh elatisitas permintaan dan ketatnya persaingan antar pedagang di pasar Mangli; 2) Ada berbagai macam persepsi konsumen terhadap penetapan harga dipasar Mangli, persepsi konsumen dipasar Mangli dipengaruhi oleh faktor pengalaman dan faktor lingkungan, pada umumnya konsumen beranggapan bahwa penetapan harga dipasar Mangli adalah wajar dan normal serta sudah sesuai dengan aturan dalam Ekonomi Islam.

6. Nur Azizah[23] mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, tahun 2015 meneliti tentang Manajemen biaya produksi pada penetapan harga jual di industri rumah tangga teh herbal perspektif ekonomi Islam (Studi pda Industri Rumah tangga Teh Herbal pegagan Primasari Patemon, Bojongsari, Purbalingga). Manajemen biaya produksi merupakan hal yang penting dilakukan oleh setiap produsen. Perusahaan mengelola setiap pengeluaran biaya produksi dengan cara merencanakan, mengorganisasikan, mengaktualisasikan, serta mengawasi setiap biaya

[23] Nur Azizah, *Manajemen biaya produksi pada penetapan harga jual di industri rumah tangga teh herbal perspektif ekonomi Islam (Studi pda Industri Rumah tangga Teh Herbal pegagan Primasari Patemon, Bojongsari, Purbalingga),* (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2015)

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

produksi yang dikeluarkan. Hal tersebut dilakukan untuk memudahkan dalam penetapan harga jual. Sejalan dengan hal tersebut, Industri Rumah Tangga Primasari pun mengaplikasikan manajemen biaya produksi yang dapat mempengaruhi penetapan harga jual yang ditentukan. Dari pengelolaan biaya produksi tersebut, maka timbul pertanyaan mengenai bagaimana manajemen biaya produksi terhadap penetapan harga jual yang dilakukan oleh industri rumah tangga Primasari khususnya dalam perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan jenis penelitiannya ialah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari data yang diperoleh kemudian disajikan dengan analisis deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian yang diperoleh ialah bahwa manajemen biaya produksi pada penetapan harga jual dalam perspektif ekonomi Islam yang dilakukan oleh industri rumah tangga Primasari dengan cara merencanakan, mengalokasikan, serta mengawasi setiap biaya produksi yang dikeluarkan. Sedangkan penetapan harga jualnya dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dimana, harga jual diperoleh dari total biaya ditambah dengan margin yang diinginkan. Proses pengelolaan biaya produksi dengan melakukan perwujudan amal shaleh disetiap prosesnya. Sedangkan dalam penetapan harga, dengan tidak memaksakan harga atau terjadi dengan suka rela tanpa adanya paksaan.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

7. Sovi Nur Aisyah[24] mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon, tahun 2015 meneliti tentang Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah (studi kasus di Toko Arafah Jl. Perjuangan Cirebon). Dalam penetapan harga suatu barang maka harus disepakati dan berlaku secara umum, saat ini minimarket dan toko-toko *modern* termasuk pada Toko Arafah dalam menetapkan harga menggunakan mekanisme penetapan *odd price* yaitu menetapkan harga dengan nominal harga atau mata uang yang tidak. Penetapan harga *odd price* mengandung unsur ketidakjelasan dan akan merugikan pembeli karena pada saat pembayaran harga akan dibulatkan dan penjual mengambil keuntungan yang lebih melalui pembulatan harga yang dilakukan oleh pihak penjual.

   Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan meninjau kembali berdasarkan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah tentang mekanisme penetapan harga jual di Toko Arafah yang menggunakan penetapan harga dengan penggunaan harga nominal yang tidak jelas. Penelitian ini merupakan penelitian kaulitatif, pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan atau observasi dan wawancara, dengan objek penelitian di Toko Arafah Cirebon.

   Berdasarkan hasil penelitian dan analisis tentang mekanisme penetapan harga jual di Toko Arafah maka dapat disimpulkan bahwa mekanisme penetapan harga nominal yang tidak jelas atau penetapan

[24] Sovi Nur Aisyah, *Analisis Menaknisme penetapan harga jual dalam perspektif prinsip-prinsip ekonomi Syariah (studi kasus di Toko Arafah Jl. Perjuangan Cirebon),* (Skripsi, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2015).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

harga *odd price* di Toko Arafah menggunakan penetapan harga berbasis keadilan, penetapan harga di Toko Arafah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah karena harga yang ditetapkan tidak mendzalimi pembeli yaitu Toko Arafah mengambil keuntungan pada tingkat kewajaran. Toko Arafah tidak mengambil keuntungan dari hasil pembulatan harga ganjil yang dibulatkan, tetapi sisa dari hasil pembulatan tersebut akan dikumpulkan dan dialihkan untuk dana sosial dengan bekerjasama melalui lembaga Baitul Maal Hidayatullah (BMH). Penetapan harga *odd price* merupakan titik keseimbangan antara kekuatan penawaran dan permintaan yang disepakati secara rela sama rela oleh penjual dan pembeli.

8. M Istiqomah[25] mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, tahun 2019 meneliti tentang Manajemen Produksi Home Industry Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Home Industry Meubel Mega Sandra Desa Buntu Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap*).* *Home Industry* Mega Sandra merupakan suatu usaha Meubel di Buntu, Kroya, Cilacap yang memanfaatkan bahan baku kayu jati, kayu nangka, dan kayu laban dalam pembuatan meubel. Manajemen produksi merupakan usaha-usaha pengelolaan secara optimal penggunaan sumber daya-sumber daya dalam proses transformasi bahan mentah dan tenaga kerja menjadi berbagai produk atau jasa. Manajemen produksi juga merupakan peran yang sangat penting dalam proses pembuatan Meubel. Adapun tujuan dari penelitian

[25] M Istiqomah, *Manajemen Produksi Home Industry Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Home Industry Meubel Mega Sandra Desa Buntu Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap)*, (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2019)

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

ini adalah untuk mengetahui manajemen produksi seperti apa yang digunakan oleh *Home Industry* Mega Sandra dalam perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun untuk menguji keabsahan data menggunakan triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa *home industry* Mega Sandra sudah menjalankan proses manajemen produksinya sesuai dengan perspektif ekonomi Islam. Tentang Sumber daya alam (bahan baku), sumber daya manusia (tenaga kerja sesuai dengan syariah Islam).

9. Dedi Irawan[26] mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, tahun 2019 meneliti tentang Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kebupaten Pringsewu). Perkembangan Bisnis Mebel yang terus menerus meningkat karena laju pertumbuhan perekonomian dan perkembangan teknologi yang semakin cepat, mengharuskan para pelaku bisnis untuk terus menerus berinovasi dalam mengembangkan bisnisnya yaitu untuk mempertahankan posisi persaingan yang lebih unggul dari perusahaan pesaingnya. Dalam

[26] Dedi Irawan, *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kebupaten Pringsewu*), (Skripsi, UIN Raden Intan,2019)

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

meningkatkan daya saing, setiap perusahaan dituntut untuk dapat menyusun dan menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan situasai dan kondisi pasar.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai beikut, yaitu: 1) Bagaimana strategi bauran pemasaran di Mebel Karya Mandiri? 2) Bagaimana strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan Mebel Karya Mandiri? 3) Bagaimana implementasi perspektif Ekonomi Islam Mebel Karya Mandiri tentang bauran pemasaran? Peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi bauran pemasran di Mebel Karya Mandiri, strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan Mebel Karya Mandiri, dan implementasi perspektif Ekonomi Islam Mebel Karya Mandiri tentang bauran pemasaran.

Penelitian ini tergolong penelitian lapangan (*field research*), data-data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Pengolahan data dilakukan melalui *editing* dan sistematis data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisa data yang bersifat deskriptif-kualitatif, yaitu mendeskripsikan data yang diperoleh melalui intrumen penelitian.

Adapun hasil penelitian ini adalah strategi bauran pemasaran yang dilakukan Mebel Karya Mandiri yaitu dari segi produk, harga yang cukup terjangkau tergantung yang dipesan, mendistribusikannya ke sekolah, kantor-kantor, dan ke berbagai kabupaten, strategi promosi yang dilakukan saat ini masih menggunakan cara sederhana yaitu brosur,

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pamflet dan sistem mulut ke mulut. Menurut perspektif Ekonomi Islam implementasai bauran pemasaran Mebel Karya Mandiri sudah sesuai dengan pemasaran Islam yaitu dari segi produk selalu bersikap jujur dan mengedepankan kualitas produk, menetapkan harga sesuai dengan kualitas prosuk, tempat/saluran distribusi yatiu memberikan rasa nyaman dan akses yang mudah dijangkau, dan promosi selalu bersikap jujur.

10. Nurul Idayati[27] Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, tahun 2020 meneliti tentang Penentuan Harga Dan Jumlah Maksimal Keuntungan Dalam Jual Beli Perspektif Hukum Islam (Studi Pada Indomart Dan Minimarket 212 Korpri Kecamatan Sukarame). Ketatnya persaingan didunia bisnis ritel pada saat ini, menjadikan perusahaan berlomba-lomba dalam persaingan yang sangat ketat yang bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Khususnya dijalur 2 korpri bisnis ritel salah satunya seperti Indomart dan Minimarket 212 Mart yang berlomba-lomba dalam peningkatkan dan mempertahankan pelanggan. Salah satun upaya mereka dalam mempertahankan pelanggan yaitu dengan cara menentukan harga jual produk yang sebaik-baiknya, karena harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran.

Permasalahan yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana ketentuan dalam penentuan harga dan jumlah maksimal keuntungan yang terdapat di Indomart dan Minimart 212 Korpri dan

[27] Nurul Idayati, Penentuan Harga Dan Jumlah Maksimal Keuntungan Dalam Jual Beli Perpektif Hukum Islam (Studi Pada Indomart Dan Minimarket 212 Korpri Kecamatan Sukarame), (*Skripsi*, UIN Raden Intan, 2020)

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

bagaimaa Perspektif Hukum Islam tentang penentun harga dan jumlah maksimal keuntungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ketentuan dalam penentuan harga dan jumlah maksimal keuntungan pada Indomart dan Minimarket 212 Korpri, untuk mengetahui Perspektif Hukum Islam tentang penentuan harga dan jumlah maksimal keuntungan.

Jenis penelitian lapangan (*field research*), sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif komperatif. Sedangkan dalam pengumpulan data skripsi ini menggunakan observasi, dokumentasi, wawancara. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari narasumber asli sedangkan data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada seperti perpustakaan, dan penelitian terdahulu.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Toko Indomart menggunakan metode bebasis biaya. Hal ini diasumsikan Indomart dengan memperhatikan dan memperhitungkan seluruh produk biaya yang dikeluarkan, guna untuk membandingkan produk harga yang terbentuk pada anggaran ditahun mendatang, Sedangkan pada Minimarket 212 Mart menggunakan metode berbasis pasar harga pesaing (*competitor price*); 2) Penentuan harga dan jumlah maksimal keuntungan dalam Perspektif Hukum Islam tidak ada batasan dalam proses bagaimana penentuannya, pada kedua perusahaan ini tidak ada praktik yang dilarang dalam agama Islam, tetapi perusahaan harus mementingkan

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

kemashlahatan bersama dan kode etik dalam berdagang agar tidak ada unsur merugikan salah satu pihak.

Tabel 2.1
Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Perbedaan	Persamaan
1	Siti Mudawamah	Analisis strategi penetapan harga bandeng presto dalam menghadapi persaingan usaha (studi kasus pada UKM Bandeng Presto Desa Dukutalit, Juwana, Pati)	Meneliti cara dalam menhadapai persaingan usaha pada UKM	Sama-sama meneliti penetapan harga
2	Iman Romansyah	Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Meneliti penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan	Sama-sama meneliti penetapan harga
3	Slamet Riadi	Strategi Penetapan Harga Home Industri Roti Arli Food Di Desa Gambirono Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember	Meneliti penetapan harga home industri roti arli food	Sama-sama meneliti penetapan harga
4	Tati Urrokhmah	Strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada Kayla Fashion serba 35.000 Purwokerto	Meneliti cara meningkatkan volume penjualan pada Kayla Fashion	Sama-sama meneliti penetapan harga
5	Faidatus sa'diyah	persepsi konsumen terhadap strategi penetapan harga di pasar Mangli Kaliwates Jember dalam Perspektif Ekonomi Islam	Meneliti persepsi konsumen terhadap strategi penetapan harga	Sama-sama meneliti penetapan harga
6	Nur Azizah	Manajemen biaya produksi pada penetapan harga jual di industri rumah tangga teh herbal perspektif	Menganalisis manajemen biaya produksi perspektif Ekonomo Islam	Sama-sama meneliti penetapan harga

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

		ekonomi Islam (Studi pda Industri Rumah tangga Teh Herbal pegagan Primasari Patemon, Bojongsari, Purbalingga)		
7	Sovi Nur Aisyah	Analisis Menaknisme penetapan harga jual dalam perspektif prinsip-prinsip ekonomi Syariah (studi kasus di Toko Arafah Jl. Perjuangan Cirebon)	Menganalisis mekanisme harga jual dalam perpektif prinsip-prinsip Ekonomi Islam	Sama-sama meneliti penetapan harga
8	M Istiqomah	Manajemen Produksi Home Industry Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Home Industry Meubel Mega Sandra Desa Buntu Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap)	Menganalisis Manajemen Produksi Home Industry	Sama-sama meneliti tentang perspektif Ekonomi Islam
9	Dedi Irawan	Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kebupaten Pringsewu)	menganalisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan	Sama-sama meneliti tentang perspektif Ekonomi Islam
10	Nurul Idayati	Penentuan Harga Dan Jumlah Maksimal Keuntungan Dalam Jual Beli Perpektif Hukum Islam (Studi Pada Indomart Dan Minimarket 212 Korpri Kecamatan Sukarame)	Meneliti Penentuan Harga Dan Jumlah Maksimal Keuntungan Dalam Jual Beli	Sama-sama meneliti penetapan harga

Sumber Data : Diolah dari penelitian terdahulu.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

B. Kajian Teori

1. Strategi Penetapan Harga

a. Definisi Strategi

Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani yaitu "*strategos*" (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin) yang berarti "*generalship*" atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clauswitz. Ia menyatakan bahwa strategi merupakan seni pertempuran untuk memenangkan pertempuran. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila istilah strategi sering digunakan dalam kancah peperangan. Istilah strategi sering digunakan pertama kali di dunia militer.

Strategi adalah seperangkat tujuan dan rencana tindakan yang spesifik yaitu apabila dicapai akan memberikan keunggulan kompetitif. Strategi menjelaskan bagaimana suatu organisasi menyelaraskan kemampuannya dengan peluang yang ada dipasar untuk mencapai tujuannya. Dengan kata lain, strategi menjelaskan cara perusahaan untuk bersaing memanfaatkan peluang-peluangnya yang ada.[28]

Menurut Henry Mintzberg, strategi dapat digunakan dalam berbagai cara atau situasi. Adapun Thompson dan Strickland menegaskan strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas yang penuh daya

[28] Hery, *Soal-Jawab Pengendalian Manajemem* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), 13.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

saing dan penuh pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target).[29] Menurut Streiner dan Miner Strategi adalah 'penempaan' misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Di samping itu, strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.[30]

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu rencana untuk memenangkan persaingan terhadap perusahaan lainnya dan proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Saat strategi telah diterapkan maka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada organisasi tersebut.

[29] Rachmat, *Manajemen Strategi*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 2.
[30] Anjani, F. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Stik Keju Pada Cv Sentosa Jaya Di Kota Palembang* (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

b. Definisi Harga

Menurut Philip Kotler, harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan; ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya.[31]

Buchari Alma dalam bukunya mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan *utility* merupakan konsep yang paling berhubungan. Yang dimaksud dengan *utility* ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan *(needs)*, keinginan *(wants)* dan memuaskan konsumen *(satisfaction)*. *Value* adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Sekarang ini ekonomi kita tidak melakukan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Jadi harga *(price)* adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.[32] Definisi tersebut memberikan arti bahwasanya harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai dan mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Harga sangat berperan dalam setiap usaha yang dilakukan,

[31] Kotler. *Manajemen Pemasaran* (edisi ke sebelas) jilid 2, (Jakarta :Gramedia, 2005), 139.
[32] Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung :CV ALFABETA, 2005), 169.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

sebab tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas barang yang terjual, dengan kata lain tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang yang dijual. Kuantitas barang yang dijual berpengaruh terhadap biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan pengadaan barang bagi perusahaan dagang dan efisiensi produksi bagi perusahaan manufaktur. Jadi harga berpengaruh terhadap pendapatan total dan biaya total, sehingga pada akhirnya harga berpengaruh terhadap laba usaha dan posisi keuangan suatu usaha/badan usaha.

Dalam kegiatan ekonomi, ada beberapa jenis harga berdasarkan sudut pandangnya. Jenis harga yang paling paling umum adalah harga pasar. Menurut Joko Untoro, harga pasar merupakan kondisi di mana jumlah yang ditawarkan sama dengan jumlah yang diterima dan terjadi kesepakatan antara pihak penjual dan pihak pembeli.[33]

Sedangkan secara khusus, harga dibedakan menjadi empat jenis, antara lain sebagai berikut:

1) Harga subjektif, yaitu harga yang berasal dari taksiran atau pendapat seseorang. Setiap pembeli ataupun penjual biasanya memiliki harga taksiran tersendiri terhadap barang yang akan dibeli atau dijual. Dengan kata lain, harga subjektif sama atau justru berbeda jauh dengan harga pasar (harga sesungguhnya).

[33] Untoro, J. (2010). Ekonomi. *Jakarta, Kawahmedia*.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

2) Harga objektif (harga pasar), yaitu harga yang disepakati oleh kedua belah pihak, yakni pihak penjual dan pihak pembeli. Harga objektif juga seringkali disebut sebagai harga umum, yang menjadi patokan bagi penjual barang yang ada di pasar.
3) Harga pokok, yaitu jumlah nilai yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu barang.
4) Harga jual, yaitu Harga jual merupakan harga yang diperoleh dari jumlah harga pokok ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan oleh si penjual. Meskipun harga jual yang ditawarkan berbeda-beda, biasanya di pasar akan terdapat harga umum. Setiap penjual akan berusaha menyesuaikan diri dengan harga umum tersebut.[34]

c. Definisi Strategi Penetapan Harga

Strategi penetapan harga adalah tahapan dimana perusahaan mengklasifikasikan dan menggolongkan produk atau jasa yang dihasilkannya merupakan 'produk baru' yang belum memiliki konsumen loyal/tetap atau 'produk yang telah beredar' yang telah memiliki pangsa pasar tersendiri.[35] Strategi penetapan harga ini juga berhubungan dengan siklus kehidupan produk (*Product Life Cycle*) dimana suatu produk memiliki tiga tahapan utama yakni pertumbuhan, kematangan dan penurunan.

[34] Ibid,.
[35] Dara, N., & Purnaningsih, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Pakaian Batik Terhadap Minat Beli Pelanggan Pasar Tanah Abang. *Dynamic Management Journal*, *2*(1).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

d. Jenis-jenis Penetapan Harga

Strategi penetapan harga dapat dibedakan menjadi berbagai jenis sesuai dengan tinjauan yang digunakan antara lain:

1) Strategi penetapan harga berdasarkan jenis produk

Strategi penetapan harga dapat dibedakan menjadi berbagai jenis sesuai dengan tinjauan yang digunakan antara lain:

a) Produk baru

Dalam menetapkan strategi penetapan harga yang efektif untuk produk baru atau tahap perkenalan ini terdapat 2 (dua) alternatif strategi penetapan harga, yaitu:

(1) Harga mengapung (*skimming price*) yaitu, memberikan harga tinggi untuk menutup biaya dan menghasilkan laba maksimum (perusahaan dapat meyakinkan konsumen bahwa produknya berbeda dengan produk sejenis yang lain.) Pendekatan *skimming* sangat efektif jika terdapat penurunan harga pada segmen tertentu dan pesaing relatif sedikit. *Skimming* juga dapat dimanfaatkan untuk membatasi permintaan sampai perusahaan merasa siap untuk melakukan produksi masal.

(2) Harga penetrasi, yaitu memberikan harga rendah untuk menciptakan pangsa pasar dan permintaan, strategi ini dapat diterapankan pada situasi pasar tidak terfragmentasi ke dalam segmen yang berbeda, serta produk tersebut tidak

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

mempunyai nilai simbolis yang tinggi. Pendekatan ini juga efektif terhadap sasaran pasar yang sensitif harga.

b) Produk yang telah beredar

Strategi penetapan harga untuk produk yang telah beredar ini tentunya tidak terlepas dari posisi produk atau jasa tersebut dari siklus kehidupan produk, dalam hal ini tahapan siklusnya berada pada 3 (tiga) tingkatan berikutnya setelah perkenalan antara lain:

(1) Tahap pertumbuhan, yaitu tahap yang ditandai dengan penjualan meningkat disertai munculnya pesaing. Pada awalnya terjadi pertumbuhan yang cepat, strategi yang diterapkan adalah tetap mempertahankan harga produk/pasar. Ketika pertumbuhan melambat, terapkan strategi harga agresif dengan menurunkan harga untuk mendorong penjualan sekaligus menghadapi persaingan yang semakin ketat

(2) Tahap kematangan, yaitu tahap perusahaan harus benar-benar responsif terhadap situasi pasar, konsumen maupun pesaing. Strategi penetapan harga dapat menggunakan ‘psikologis konsumen’ maupun ‘pemotongan harga’ (*diskon*), sehingga perusahaan dapat menjaga loyalitas konsumen (pangsa pasar) dan meningkatkan jumlah

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

(3) Tahap penurunan, yaitu tahap yang ditandai dengan menurunnya jumlah permintaan secara terus-menerus, sebagai tahap terakhir daur hidup produk terdapat dua alternatif langkah utama yang dapat dipilih. Pertama, strategi diskonting (pemotongan harga) Kedua, mempertahankan harga tetapi memotong biaya-biaya yang berhubungan dengan produk, terutama pengeluaran untuk promosi.[36]

2) Strategi penetapan harga berdasarkan metode yang digunakan

Dalam strategi penetapan harga, terdapat berbagai macam metode. Metode mana yang digunakan, tergantung kepada tujuan penetapan harga yang ingin dicapai. Menurut Fandy Tjiptono, metode penetapan harga dikelompokkan menjadi empat macam berdasarkan basisnya, yaitu berbasis permintaan, biaya, laba, dan persaingan.

a) Metode penetapan harga berbasis permintaan, yaitu metode yang lebih menekankan faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor-faktor biaya, laba dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, antara lain kemampuan daya beli pelanggan, gaya hidup pelanggan, manfaat yang diberikan produk, harga produk substitusi, pasar potensial bagi produk

[36] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2017), 315-323.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

tersebut, sifat persaingan non-harga, dan segmen-segmen dalam pasar.

b) Metode penetapan harga berbasis biaya, yaitu metode yang menekankan pada aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya biaya langsung, biaya overhead, dan laba.[37]

c) Metode penetapan harga berbasis laba, yaitu metode yang berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi.

d) Metode penetapan harga berbasis persaingan, yaitu harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan atau apa yang dilakukan pesaing.[38] Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga pesaing, apakah di bawah, sama atau di atas harga pesaing. Metode yang digunakan antara lain *customary pricing, market pricing, dan loss leader pricing.* Metode *loss leader pricing* merupakan strategi menurunkan harga produk tertentu

[37] Ibid, 157-159.
[38] *Ibid*, 160-164.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dengan harapan konsumen datang membeli produk lainnya dengan harga yang tetap.[39]

3) Strategi penetapan harga berdasarkaan segi geografis, pemotongan pembelian, promosional, distrimanasi, dan bauran produk

a) Penetapan harga berdasarkan geografis, yaitu cara menetapkan harga produk kepada pelanggan dalam lokasi-lokasi yang berbeda. Perusahaan dapat menetapkan harga yang lebih tinggi untuk lokasi yang jauh untuk menutupi biaya transpor yang atau perusahaan tetap menetapkan harga yang sama pada lokasi yang lebih jauh tersebut.

b) Penetapan harga berdasarkan pemotongan pembelian, yaitu memodifikasi harga dasar untuk memberi hadiah kepada pelanggan atas pembayaran awal, volume pembelian, dan pembelian di luar musim. Penyesuaian harga ini disebut diskon dan pemotongan pembelian.[40]

c) Penetapan harga berdasarkan harga promosional, yaitu menetapkan harga resmi dan mungkin dibawah biaya. Penetapan harga promosional meliputi beberapa bentuk, antara lain: 1) penetapan harga kepemimpinan yang rugi; 2) penetapan harga peristiwa khusus; 3) rabat kas (potongan); 4) penetapan

[39] Siti Nurseha,*Hubungan Antara Persepsi Konsujvien Terhadap Loss Leader Pricing Dengan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Alfamart*,(Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2007).
[40] Abdullah, *Menejemen Pemasaran,* 188.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

bunga rendah; 5) perjanjian jaminan dan perbaikan; dan 6) diskon/potongan psikologis

d) Penetapan harga berdasarkan dikriminasi, yaitu modifikasi harga untuk menyesuaikan dengan perbedaan-perbedaan yang ada pada pelanggan, produk, lokasi, dan seterusnya.

e) Penetapan harga berdasarkan bauran produk, yaitu modifikasi harga dimana perusahaan mencari kumpulan harga yang memaksimalkan keuntungan pada bauran produk keseluruhan.

e. Tujuan Penetapan Harga

Penetapan harga jual dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan dalam perusahaan antara lain:

1) Tujuan berorientasi pada laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan. Maksimisasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian, tidak mungkin suatu perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

2) Tujuan berorientasi pada volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harga-harga berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing objectives. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan (dalam ton, kg, unit, m^3, dan lain-lain), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (absolut maupun relatif). Tujuan ini banyak diterapkan oleh perusahaan penerbangan, lembaga pendidikan, perusahaan tour and travel, pengusaha bioskop dan pemilik bisnis pertunjukan lainnya, serta penyelenggaraan seminar-seminar.

3) Tujuan berorientasi pada citra

Citra *(image)* suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu *(image of value)*, misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah di suatu wilayah tertentu. Pada hakikatnya, baik penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

4) Tujuan berorientasi pada stabilitas harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga dalam industri-industri tertentu yang produknya sangat terstandarisasi (misalnya minyak bumi). Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industry *(industry leader)*.[41]

2. Strategi Penetapan Harga Menurut Perspektif Islam

a. Harga dalam Pandangan Islam

Dalam fikih Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *al-si'ir dan al-thaman. Al-Thaman* adalah harga satuan barang atau nilai sesuatu. Sementara "*al-sir*" adalah harga yang ditentukan untuk barang dagang. Kata *al-si'ru* jamaknya *as'ar* artinya harga (sesuatu). Kata *alsi'ru* ini digunakan dipasar untuk menyebut harga (di pasar). Fluktuasi harga suatu komoditis berkaitan erat dengan *al-si'ir* bukan *al-Thaman*. Karena *al-si'ir* merupakan harga aktual yang terbentuk dalam proses jual beli.[42]

Ibnu Taimiyah mengemukan *tas'ir* dengan keadaan yang mewajibkan para pedagang untuk menjual dan membeli dengan harga

[41] Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi 3. *Yogyakarta: Andi*, 152-153.
[42] Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syari''ah*,(Jakarta:Rajawali Pers,2016),379

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pasaran. Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa keadaan yang mewajiban pedagang untuk menjual barang dagangnya dengan harga *mistli* (harga pasar. Hakikat *tas'ir* adalah keharusan para pedagang agar tidak menjual atau tidak membeli kecuali dengan harga *mistli* (harga pasar).

Ulama Fiqih mengemukakan beberapa syarat yang berkaitan dengan harga suatu barang antara lain:

1) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya
2) Dapat diserahkan pada saat akad berlangsung, sekalipun secara hukum seperti pembayaran dengan cek atau kartu kredit. Apabila barang dibayar kemudian (berhutang), maka pembayarannya pun harus jelas
3) Apabila jual beli dilakukan secara barter, maka barang yang dijadikan nilai tukar, bukan barang yang diharamkan oleh *syara'*.[43]

b. Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam

Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karena ekonomi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari agama Islam. Sebagai derivasi dari agama Islam, ekonomi Islam akan mengikuti agama Islam dari berbagai aspek termasuk diantaranya penetapan harga. Penetapan harga dalam ekonomi Islam merupakan penentuan harga dengan mendasarkan pada tata aturan moral dan etika syariah untuk mencapai tujuan dari syariah Islam itu sendiri, yaitu mencapai

[43] M.Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam,* (Depok: RajaGrafindo Persada, 2003),124-125.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

kebahagiaan dunia dan akhirat.[44] Syariah Islam yang *rahmatan lil'alamin* memberikan kebebasan, keleluasaan dan keluasan ruang gerak bagi kegiatan usaha umat Islam. Tentu saja kegiatan usaha itu diniatkan dalam rangka mencari karunia Allah berupa rezeki yang halal. Melalui berbagai bentuk transaksi saling menguntungkan yang berlaku di masyarakat tanpa melanggar ataupun merampas hak-hak orang lain secara tidak sah.[45]

Penetapan harga dalam Islam memberi kebebasan kepada pemeluknya untuk menentukan harga jual selama tidak merugikan pembeli. Karena itu, penetapan harga jual dalam Islam biasanya diserahkan kepada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Prinsip dasar dalam Islam mengenai transaksi jual beli adalah kesepakatan antara penjual pembeli atas dasar suka sama suka, seperti yang ditetapkan dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh

[44] Amalia, E. 2013. Mekanisme Pasar Dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, *5*(2)

[45] Wahyuni, F. (2018). *Analisis Penetapan Harga Lelang Barang Jaminan Dalam Mengurangi Risiko Pembiayaan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Produk Griya Ib Hasanah Bni Syariah Kc Tanjung Karang)* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu"[46]

Berdasarkan ayat diatas dapat dijelaskan bahwa penetapan harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa di mana kesepakatan tersebut diridai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/ jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

Nabi tidak menetapkan harga jual, dengan alasan bahwa dengan menetapkan harga akan mengakibatkan kezaliman, sedangkan zalim adalah haram. Karena jika harga yang ditetapkan terlalu mahal, maka akan menzalimi pembeli, dan jika harga yang ditetapkan terlalu rendah, maka akan menzalimi penjual.[47] Hal ini dijelaskan dalam sunnah Rasulullah SAW yaitu :

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ (رواه ابن ماجه)

Artinya: "sesungguhnya jual beli itu hanya sah jika suka sama suka" [48]

Prinsip dasar dalam perekonomian Islam adalah kebebasan berusaha yang dibarengi dengan kesadaran untuk menjaga batas-batas aturan yang ditetapkan syariat. Aturan terpenting yang harus

[46] Al-Qur'an, 4:29
[47] JALAWIDA, S. (2019). *Penetapan Harga Terhadap Jual Beli Makanan Dengan Sistem Prasmanan Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Di Rumah Makan Ma'cik Ana Gunung Sugih Lampung Tengah)* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
[48] Muhammad Nashiruddin Al-bani, *Terjemah Hadist Sahih Sunan Ibnu Majah*, (Pustaka Azzam)

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

diperhatikan adalah keadilan, qana'ah, kepatuhan pada kaidah-kaidah memperoleh laba yang baik dan halal. Hal itu didasarkan pada sabda Rasulullah SAW.

دَعُوا النَّاسَ يَرْزُقُ اللهُ بَعْضُهُمْ مِنْ بَعْضٍ

Artinya: "Biarkanlah sebagian orang diberi rezeki oleh Allah SWT melalui manusia yang lain."

Berdasarkan prinsip diatas, maka pada dasarnya tidak boleh ada pematokan harga. Seorang pengusaha juga tidak dibolehkan mematok harga barang yang diperdagangkan di kalangan masyarakat. Seluruh ulama sepakat menyatakan hal ini. Mazhab Syafi'i dan Hambali konsisten berpegang pada kaidah dasar diatas. Oleh karena itu, dalam mazhab Hambali disebutkan, seorang pengusaha tidak boleh mematok harga barang yang diperdagangkan. Sebaliknya, setiap orang bebas menjual barang yang mereka miliki (dengan harga yang disepakati diantara mereka). Demikian pula dalam mazhab Syafi'i dikatakan, diharamkan mematok harga, sekalipun pada masa harga-harga barang mahal.[49]

Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh ketika berdagang sebelum diangkat menjadi Rasul. Saat menentukan harga, Nabi hanya menyebut bahwa beliau membeli barang ini di Makkah 'sekian' dan perjalanan dari Makkah sampai Syam memerlukan waktu 'sekian hari'. Kemudian Nabi memberi kebebasan bagi pembeli untuk

[49] Wahbah Al-Zhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu 4*, (Jakarta: Darul Fikr,2011),251.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

memberi harga yag pantas terhadap barang yang dijualnya. Kejujuran dalah transparasi yang dipraktikkan Nabi ini ternyata membuahkan keuntungan yang luar biasa.[50] Oleh karena itu tidak diperlukan pematokan harga jika tidak ada yang mendesak untuk itu, contohnya dalam situasi barang-barang tersedia luas dipasar dan dijual dengan harga yang setimpal, tanpa kesewenang-wenangan atau tindakan yang merugikan konsumen.

c. Konsep Strategi Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam

Konsep penetapan harga dalam ekonomi Islam dapat dirujuk kepada hadits Rasulullah Saw sebagaimana disampaikan oleh Anas RA,sehubungan dengan adanya kenaikan harga-harga barang di kota Madinah. Dalam hadits tersebut diriwayatkan sebagai berikut:

غَلَا السِّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُوْلِ اللهِ فَقَالُوا يَارَسُوْلَ اللهِ سَعِّرْ لَنَا فَقَالَ إِنَّ اللهَ هُوَ الْمُسَعِّرْ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَاَرْجُوْ أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلِمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مالٍ

Artinya: "Harga melambung pada zaman Rasulullah Saw. Orang-orang ketika itu mengajukan saran kepada Rasulullah dengan berkata: "Ya Rasulullah, hendaklah engkau menetukan harga". Rasulullahsaw..berkata:"Sesungguhnya Allah-lah yang menetukan harga,yang menahandan melapangkan dan memberi rezeki. Sangat aku harapkan bahwa kelakaku menemui Allah dalam keadaan tidak seorang pun dari kamu menuntutku tentang kezaliman dalam darah maupun harta."[51]

Hadits di atas menjelaskan konsep ekonomi Islam mengenai harga. Rasulullah Saw dalam hadits tersebut tidak menentukan harga.

[50] Muhammad Firdaus, *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariat*, 24-25.
[51] Ad-Darimy,*Sunan Ad-Darimy,* (Beirut:Darul Fikri, tth), 78.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Hal tersebut menunjukkan bahwa ketentuan harga diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah impersonal.

Kegiatan jual beli di dalam Islam merupakan kegiatan yang melibatkan hubungan antara manusia (penjual) dengan manusia yang lain (pembeli) dan bercirikan ketuhanan. Sementara dalam pandangan Al-Maududi perbedaan antara bisnis atau sistem ekonomi Islam dengan paham kapitalis dan sosialis adalah terletak pada norma yang melingkupinya, yaitu kejujuran, keadilan, persaudaraan, dan *altruisme*. Oleh sebab itu, sebagai seorang Muslim yang akan melakukan binis atau perdagangan khususnya dalam menentukan strategi penetapan harga harus berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam. Strategi penetapan harga berdasarkan prinsip-prinsip Islam antara lain:

1) Harga berbasis keridhaan

Ridha secara bahasa menerima dengan suka hati, secara istilah diartikan sikap menerima atas pemberian dan anugerah yang diberikan oleh Allah dengan di iringi sikap menerima ketentuan syariat Islam secara ikhlas dan penuh ketaatan, serta menjauhi dari perbuatan buruk (maksiyat), baik lahir ataupun bathin. Ar-Ridha, yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak.[52]

[52] Hasna Nur Afifah," Analisis Prinsip-Prinsip Penetapan Harga Menurut Pandangan Hukum Islam dan Ibnu Khaldun",(Skripsi,Universitas Islam Bandung,Bandung,2016),50.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Menurut Rachmat Syafei bahwa harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang barang. Biasanya harga dijadikan penukar barang yang diridhai oleh kedua pihak yang akad[53]. Prinsip *ar-ridha* merupakan segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak *(freedom contract)*. Dalam perspektif Al-Qur'an transaksi jual beli harus dilakukan atas dasar suka sama suka antara penjual dan pembeli, begitu juga dalam penentuan harga suatu barang. Hal itu berdasarkan karena harga merupakan suatu kesepakatan transaksi jual beli barang atau jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak.

Keadaan ridha atau rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya, yaitu keadaan dimana salah satu pihak senang di atas kesedihan pihak lain. Dalam hal harga, para ahli fiqih merumuskannya sebagai *the price of the equivalent.* Konsep *the price of the equivalent* atau *thaman al mithl* ini mempunyai implikasi penting dalam ilmu ekonomi yaitu keadaan pasar yang kompetitif. Penghargaan Islam terhadap mekanisme pasar berangkat dari ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan dengan cara yang baik berdasarkan prinsip saling ridha sehingga

[53] Rachmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah*, (Bandung:Pustaka Setia,2000),87.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

tercipta keadilan.[54] Sebagaimana firman Allah Swt dalam QS. An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu"[55]

Suka sama suka semakna dengan sama-sama merelakan keadaan masing- masing diketahui oleh orang lain, berarti baik penjual maupun pembeli mengetahui kelebihan dan kelemahan barang yang ada di pasar, maka menjadikan semua pihak mendapatkan kepuasan. Jika penjual tidak terbuka mengenai produk yang dijualnya, maka masyarakat akan cenderung merasa kurang puas dan memilih penjual yang lain.

Dalam konsep Islam, penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, yakni bergantung pada kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam pertemuan antara permintaan dan penawaran itu harus berlangsung secara sukarela (*an laradhim*). Ini bermakna tidak ada yang menganiaya dan dizalimi.

[54] Ahmad Dakhoir dan Istla Yunisva, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar:Refleksi Ibnu Taimiyyah*,(Yogyakarta: Laksbang Pressindo,2017),5.
[55] Al-Qur'an, 4:29

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Sebelum terjadi transaksi, idealnya penjual dan pembeli berada pada posisi yang sama, baik menyangkut pengetahuan tentang barang tersebut maupun tentang harga yang berlaku dipasar. Sehingga ketika terjadi *deal* penjual maupun pembeli rela sama rela dan tidak ada yang teraniaya[56]

2) Harga berbasis keadilan

Menurut Ibnu Taimiyah, harga yang adil pada hakikatnya telah ada digunakan sejak awal kehadiran Islam, Al Qur'an sendiri sangat menekan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Istilah harga yang adil telah disebutkan dalam beberapa hadist Nabi dalam konteks kompensasi seorang pemilik misalnya seorang majikan membebaskan budaknya, dalam hal ini budak tersebut menjadi manusia mardeka dan pemiliknya memperoleh kompensasi yang adil *(qimqh al-adl)* istilah yang sama juga telah pernah digunakan sahabat Nabi yakni Umar ibn Al-Khatab. Ketika menetapkan nilai baru untuk diyat, setelah daya beli dirham mengalami penurunan mengakibatkan kenaikan hanrga-harga.

Harga yang adil menurut Ibn Taimiyyah adalah "Nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya dan diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu

[56] Muhammad Aziz Hakim, *Briefcase Book Edukasi Profesional Syari"ah Dasar Dan Strategi Pemasaran Syariah* (Jakarta:Renaisan,2005),24

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

tertentu."[57] Dalam membahas harga yang adil. Ibnu Taimiyah mengungkapkan dua istilah, yaitu kompensasi yang setara atau adil *('iwad al-mitsl)* dan harga yang setara atau adil *(tsaman al-mitsl).*[58] Kompensasi yang setara atau adil *(iwadh al-mitsl)* adalah penggantian yang sepadan yang merupakan nilai harga yang sepadan dari sebuah benda menurut adat kebiasaan. Kompensasi yang setara diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara tanpa ada tambahan dan pengurangan, inilah esensi dari keadilan. Sedangkan harga yang setara atau adil *(tsaman al-mitsl)* adalah harga standar yang berlaku dalam pasar, dan secara umum dapat diterima sebagai sesuatu yang setara bagi barang-barang atau barang-barang yang serupa pada waktu dan tempat yang khusus. Singkatnya, harga yang adil adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas, yakni pertemuan antara kekuatan permintaan dengan penawaran.

Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taymiyyah berhubungan dengan prinsip *lâ dharar*, yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain, maka dengan berbuat adil akan mencegah terjadinya tindakan kezaliman. Definisi harga yang adil juga bisa diambil dari konsep Aquinas yang mendefinisikannya

[57] Ibid, . 345.
[58] Ahmad Insya Ansori,"Aktivitas Bisnis Perspektif Ibn Taimiyyah", www.ejournal.kopertais4.or.id.html (4 Agustus 2020).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dengan harga kompetitif normal,[59] yaitu harga yang berada dalam persaingan sempurna yang disebabkan oleh *supply* dan *demand*, tidak ada unsur spekulasi atau perkiraan.

Adanya penetapan harga yang adil telah menjadi cara yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi perdagangan harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dan komitmen Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi, kedzaliman, tidak merugikan salah satu pihak dan menghitungkan pihak yang lain, dan harga mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjual secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.

Jadi, dalam menetapkan harga pun haruslah bersikap adil sehingga tidak ada pihak yang di dzhalimi. Karena Islam juga mengharamkan kezaliman. Bahkan, Allah menegah daripada cenderung atau menyokong perbuatan zalim walaupun ia dilakukan oleh orang lain. Sebagaimana firman Allah Swt. yang tercantum pada QS. Hud ayat 113 yang berbunyi:

وَلَا تَرۡكَنُوٓاْ إِلَى ٱلَّذِينَ ظَلَمُواْ فَتَمَسَّكُمُ ٱلنَّارُ وَمَا لَكُم مِّن دُونِ ٱللَّهِ
مِنۡ أَوۡلِيَآءَ ثُمَّ لَا تُنصَرُونَ ١١٣

[59] Kaulla, R., *Theory of the Just Price*, terjemahan bahasa Inggris oleh Robert D. Hogg (London: George Allen, 1940), 22.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Artinya: "Dan janganlah kamu cenderung kepada orang-orang yang zalim yang menyebabkan kamu disentuh api neraka, dan sekali-kali kamu tiada mempunyai seorang penolongpun selain daripada Allah, kemudian kamu tidak akan diberi pertolongan."[60]

3) Harga berbasis kejujuran

Kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalm Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat luas.[61] Kejujuran merupakan bagian penting segala kegiatan usaha, dengan nilai kejujuran yang terjaga baik maka pelaku usaha akan mendirikan rasa kepercayaan terhadap orang lain dan menjadi modal penting bagi kelangsungan usaha.

Rasulullah Saw. merupakan tokoh panutan utama dalam ekonomi Islam karena beliau adalah seorang pedagang yang sukses. Rasulullah memberikan contoh bahwa prinsip penting dalam berdagang atau bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis yang di dalamnya juga termasuk kejujuraan dalam penetapan harga. Rasulullah melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas. Kejujuran yang diterapkan oleh Rasulullah ini adalah sebagai perwujudan dari

[60] Al-Qur'an dan Terjemahnya, 11:113.
[61] Ahmad Dakhoir dan Istla Yunisva, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar:Refleksi Ibnu Taimiyyah*,(Yogyakarta: Laksbang Pressindo,2017),6.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

prinsip *custumer oriented* pada konteks sekarang, yaitu prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan pelanggan[62] Dampak dari prinsip yang diterapkan oleh Rasulullah SAW ini, para pelanggan Rasulullah SAW tidak pernah merasa dirugikan serta tidak ada keluhan tentang janji-janji yang diucapkan, karena barang-barang yang disepakati dalam kontrak tidak ada yang dimanipulasi atau dikurangi.[63]

Nilai kejujuran mendorong transparansi terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Pentingnya kejujuran dalam berbisnis dikemukakan dalam hadits yang berbunyi:

"Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya."[64]

"Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami".

Berkaitan dengan penetapan harga jual dalam perspektif nilai kejujuran dalam Islam mengisyaratkan bahwa, harga jual yang telah ditetapkan oleh penjual tidak boleh direvisi penjual dengan menaikkan harganya. Dalam bisnis konvensional, revisi harga ini bisa terjadi, jika dalam keadaan normal terjadi kelebihan permintaan atas penawaran, penjual sengaja menahan barang agar penawaran berkurang, dan terjadi permintaan yang

[62] Afzalur Rahman,*Doktrin ekonomi Islam Jilid I*, (Yogyakarta:Dana BhaktiWakaf,1995),183.
[63] Norvadewi., 2015, "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif*)", Jurnal Al-Tijary IAIN Samarinda*, 1(Desember , 2015),12.
[64] Aang Kunaifi, 2015, "Aktualisasi Pemasaran Sya'riah)", *Jurnal MIYAH*, 9 (Januari, 2016), 1.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

tiba-tiba meningkat, misalnya terjadi bencana, hari raya keagamaan, dan atau tahun ajaran baru. Sementara dalam pandangan nilai kejujuran Islami, jika terjadi kondisi demikian, meskipun pembeli bersedia (*ridha*) menerima perubahan harga tetapi penjual tidak diperkenankan untuk menaikkan harga karena penjualan semacam ini telah melanggar niat yang telah diikrarkannya.[65]

Hal ini pernah terjadi pada Yunus bin Ubid yang tidak bersedia menjual produknya di atas harga jual yang telah ia tetapkan, meskipun pembeli setuju (*ridha*) terhadap harga tersebut. Dikisahkan bahwa Yunus bin Ubid menjual berbagai macam pakaian. Ada jenis pakaian yang berharga 400 dirham dan ada juga yang berharga 200 dirham. Ketika akan pergi ke masjid untuk shalat, Yunus meminta anak pamannya untuk menjaga tokonya. Pada saat tokonya dititipkan itu, datang seorang Badui yang ingin membeli pakaian. Oleh anak tersebut, ditunjukkan pakaian yang berharga 200 dirham, yang ternyata diminati oleh pembeli sehingga ia pun membayar dan pergi. Di tengah perjalanan, ia bertemu dengan Yunus. Yunus mengetahui persis bahwa pakaian yang dipegang oleh Badui tersebut adalah jenis pakaian yang di jual di tokonya. Ia pun bertanya, "Berapa kamu beli kain ini?". Badui menjawab 400 dirham. Kata Yunus, "Harga pakaian ini tidak lebih

[65]Alimuddin, "Meretas Nilai-nilai Islam untuk Menetapkan Harga Jual" (Dipresentasi pada Seminar Hasil Penelitian Disertasi Doktor yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan Nasional, Jakarta,2010),9.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dari 200 dirham. Mari kembali ke toko dan aku kembalikan kelebihan uangmu." Badui pun berkomentar, "Di kampung kami harga pakaian semacam ini 500 dirham dan saya sudah rela dengan harga 400 dirham. Yunus berkata, "Mari kembali! Kejujuran lebih baik daripada dunia dan segala isinya." Lalu mereka kembali ke toko dan Yunus mengembalikan uang sejumlah 200 dirham kepadanya. Adapun anak tersebut dimarahi dan dinasihati oleh Yunus. Ia berkata, "Tidakkah kamu malu dan takut kepada Allah? Kamu untung sebanyak harga barang tetapi meninggalkan kejujuran untuk kaum muslimin." Anak itu berkata, "Demi Allah! ia rela dengan harga itu." Jawab Yunus, "Apakah kamu rela atasnya sebagaimana kamu rela atas dirimu?"[66]

Menurut al-Mishri, pada dasarnya ada tiga jenis kejujuran yang dapat digunakan di dalam berusaha agar terjadi kemaslahatan baik pada diri pedagang maupun lingkungannya, yaitu kejujuran berniat, kejujuran lahiriah, serta kejujuran batiniah.[67]

a) Kejujuran berniat, yaitu kejujuran sebagai komitmen kepada Sang Pencipta untuk melaksanakan sesuatu sesuai denganyang telah dicita-citakan. Demikian juga dengan penetapan harga jual yang telah diniatkan sejak awal akan tetap dipertahankan harga jualnya agar tercipta kepastian dalam berusaha.

[66]Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta:Gema Insani Press,2000),181.
[67] Mahmud Al-Mishri. 2008.*Hiduplah Bersama Orang-orang Jujur; Langkah Mudah Menikmati Hidup Penuh Berkah*,(Solo:Pustaka Arafah, 2008),248.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

b) Kejujuran lahiriah, yaitu kejujuran yang mengandung makna bahwa dalam berbisnis pengusaha akan memenuhi ketentuan yang telah disepakati. Di dalam konsep kejujuran lahiriah ini mengandung juga makna,bahwa seorang produsen tidak dapat menaikkan harga jual yang telah dia tetapkan meskipun harga di pasaran sudah mengalami kenaikan. Kenaikan hanya bisa dilakukan jika biaya masukan produk telah mengalami kenaikan sehingga penjual harus menjelaskan kepada pelanggan alasan perubahan tersebut.

c) Kejujuran batiniah, yaitu kejujuran yang mengandung makna bahwa dalam berbisnis menjadikan Tuhan sebagai pelanggan utama yang harus dipenuhi dan bukan pemimpin/pemilik perusahaan atau pelanggan manusia yang harus dipatuhi. Harga yang ditetapkan tidak ada unsur menzalimi pelanggan akibat ketidakberdayaannya.[68]

Dalam konteks kejujuran dalam Islam, harga yang telah ditetapkan sebelumnya tidak bisa dinaikkan dengan alasan kenaikan permintaan. Begitu harga sudah ditetapkan, walaupun apa yang terjadi termasuk harga jual tetap dan tidak boleh dinaikkan. Dengan demikian, hukum permintaan dan penawaran yang mempengaruhi harga tidak sepenuhnya berlaku.

[68] Alimuddin, Iwan Triyuwono, Gugus Irianto, Grahita Chandrarin," Konsep Harga Jual Kejujuran: Meraih Keuntungan Menggapai Kemaslahatan",*Jurnal Akutansi Multiparadigma*,1(2011),19.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Demikian juga halnya dengan seorang pedagang muslim yang memiliki persediaan produk tidak diperkenankan untuk menaikkan harga jual produknya dengan alasan terjadi kenaikan permintaan atau kenaikan harga pesaing atau akibat kebijakan pemerintah. Kenaikan harga jual diperkenankan jika produk yang diproduksi mengalami kenaikan biaya masukan. Tidak boleh mendapatkan kenaikan keuntungan dari *stock* barang atau penimbunan barang. Harga jual untuk barang tersebut harus sesuai dengan harga pada waktu ditetapkan sebelumnya[69]

[69] Alimuddin, "Meretas Nilai-nilai Islam untuk Menetapkan Harga Jual" (Dipresentasi pada Seminar Hasil Penelitian Disertasi Doktor yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan Nasional, Jakarta,2010),10.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang dimaksud untuk memahami kejadian tentang apa yang dialami oleh subjek peneltian seperti halnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada susatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. [70]

Sementara jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya saat penelitian berlangsung. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam.

B. Lokasi Penelitian

Adapun Lokasi Penelitian terdapat di Istana Tegal Besar tepatnya JL.Moh. Yamin. Alasan peneliti memlih lokasi ini karena Perumahan ini merupakan Perumahan Jember yang menyediakan KPR bersubsidi Program Pemerintah & Program kredit komersial untuk tipe rumah besar. Selain itu perumahan ini juga dikenal sebagai perumahan paling strategis di pusat Kota dan wilayah Kampus. Perumahan Istana Tegal Besar menjadi pilihan utama

[70] Ledxy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2010), 6.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dan menjadi paling laris di Jember dengan pilihan utama program *FLPP (Fasilitas Likuiditas Pinjaman Perumahan)* dengan cicilan Ringan dan bunga FLAT[71]

C. Subyek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa saja yang hendak dijadikan informan atau subyek penelitian, bagaimana data akan dicari dan jaringan sehingga validitasnya dapat dijamin. Istiah sampel jarang digunakan karena istilah ini biasanya digunakan melakukan generalisasi dalam pendekatan kualitatif.[72]

Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan tekhnik *purposive.* Peneliti mempertimbangkan sendiri siapa saja informan yang akan ditunjuk, sehingga membantu peneliti dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Informan-informan yang menjadi sumber data dalam penelitian ini diantaranya:

1. Karyawan di Perumahan Istana Tegal Besar
   a. Bapak Ranu sebagai sekertaris perusahaan
   b. Bapak Basuki sebagai pemasaran perusahaan
   c. Ibu Asih sebagai pemasaran perusahaan
   d. Ibu Feri Ustitha sebagai Pemasaran perusahaan
2. Pembeli di Perumahan Istana Tegal Besar
   a. Bapak Syihabudin

[71] Cahya Purnama, "Perumahan Jember", http://perumahanjember.co.id/ (10 Agustus 2019).
[72] STAIN, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiyyah*, 43-44.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

b. Ibu April

c. Bapak Endi

d. Bapak Rendi

D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang akurat sebanyak-banyaknya antara lain:

1. Observasi

   Observasi adalah metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya. Metode pengumpulan data observasi tidak hanya mengukur sikap dari responden, namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi. Teknik pengumpulan data observasi cocok digunakan untuk penelitian yang bertujuan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam. Metode ini juga tepat dilakukan pada responden yang kuantitasnya tidak terlalu besar. Sehingga data yang ingin diperoleh dari metode obsevasi ini setidaknya meliputi :

   a. Letak lokasi penelitian di Perumahan Istana Tegal Besar.
   b. Situasi dan kondisi geografis obyek penelitian.
   c. Strategi yang digunakan oleh Perumahan Istana Tegal Besar.
   d. Faktor pendukung dan penghambat dalam strategi yang digunakan oleh pihak perumahan.

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

2. Interview

Interview atau wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Seiring perkembangan teknologi, metode wawancara dapat pula dilakukan melalui media-media tertentu, misalnya telepon, *email,* atau *skype.*

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penelitian ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini berdasarkan tetang laporan dari diri sendiri atau setidak-tidaknya pada pengetahuan atau pengetahuan pribadi.[73]

Peneliti menggunakan Wawancara terstruktur dalam wawancara terstruktur, peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang hendak digali dari narasumber. Pada kondisi ini, peneliti sudah membuat daftar pertanyaan secara sistematis. Peneliti juga bisa menggunakan berbagai instrumen penelitian seperti alat bantu *recorder,* kamera untuk foto, serta instrumen-instrumen lain. Adapun yang diperoleh dari metode penelitian ini adalah :

a. Profil Perumahan Istana Tegal Besar
b. Visi dan Misi Perumahan Istana Tegal Besar
c. Struktur Organisasi Perumahan Istana Tegal Besar
d. Data Karyawan Perumahan Istana Tegal Besar

[73] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: ALFABET, 2005), 72.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

3. Dokumentasi

Selain melalui wawancara dan observasi, informasi juga bisa diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cendremata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam. Peneliti perlu memiliki kepekaan teoritik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekedar barang yang tidak bermakna.

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, buku atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life historis*), biografi. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. [74]

E. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain.[75] Menurut Miles and Huberman, mengemukakn bahwa aktivitas dalam analisis

[74] Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*(Jakarta: Prenada Media Grup, 2007), 129.
[75] Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013), 144.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

data kualitatiff dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Aktivitas dalam analisis meliputi Reduksi Data (*data reduction*), Penyajian Data (*data dispaly*), serta Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*conclusion drawing/ verification*).[76]

Data yang diperoleh dari lapangan disusun sesuai dengan fokus penelitian kemudian dilakukan analisis dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik analisis data deskriptif merupakan suatu cara dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, kondisi, sistem pemikiran atau juaga peristiwwa masa sekarang. Analisis data kualitatif deskriptif dalam suatu penelitian kualitatif berguna untuk mengembangkan teori yang telah dibangun dari data yang sudah didapatkan di lapangan.

F. Keabsahan Data

Dalam sebuah penelitian keabsahan data dilakukan untuk memperoleh hasil yang valid. Dalam menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pengumpulan data dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber yang telah ada. Metode pengujian data untuk mengukur kredibilitas data dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi.

[76] Huberman,A. Michael, *Analisis data Kualitatif:buku sumber tentang metodebaru* , (Jakarta: UIP, 1992), 133.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

G. Tahap-tahap Penelitian

Untuk mengetahui proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti mulai awal hingga akhir maka perlu diuraikan tahap-tahap penelitian. Tahap-tahap penelitian perlu diuraikan untuk memudahkan peneliti menyusun rancangan penelitian. Adapun tahap-tahap penelitian secara umum yaitu terdiri dari tiga tahap meliputi tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan, dan tahap analisis data. Adapun tahapan penelitian tersebut adalah :

1. Tahap pra lapangan meliputi:
   a. Menyusun rancangan penelitian
   b. Memilih lapangan penelitian
   c. Mengurus perizinan
   d. Menjajaki dan menilai lapangan
   e. Memilih dan memanfaatkan informan
   f. Menyiapkan perlengkapan penelitian
   g. Persoalan etika penelitian
2. Tahap pekerjaan lapangan meliputi:
   a. Memahami latar belakang penelitian dan persiapan diri
   b. Memasuki lapangan
   c. Berperan serta sambil mengumpulkan data
3. Tahap analisis data

   Tahap ini merupakan tahap akhir dari proses penelitian. Pada tahap ini peneliti menganalisis data baik yang diperoleh melalui observasi, wawancara, maupun dokumentasi dengan masyarakat, dimulai dengan

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

menetapkan informan-informan kunci yang mendeskripsikan mengenai Strategi Penetapan Harga Di Perumahan Istana Tegal Besar. Kemudian dilakukan pemahaman data sesuai dengan konteks permasalahan yang diteliti. Selanjutnya melakukan pengecekan keabsahan data dengan cara mengecek sumber data yang didapat sehingga data tersebut benar-benar valid sebagai dasar dan bahan untuk memberikan makna data yang merupakan proses penentuan dalam memahami kontek penelitian yang sedang diteliti.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

Obyek penelitian skripsi ini adalah Perumahan Istana Tegal Besar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember, dan juga dalam skripsi ini akan dipaparkan tentang letak geografis, harga perumahan di Perumahan Istana Tegal Besar Jember. Adapun hasil yang diperoleh dari proses penelitian adalah sebagai berikut:

1. Letak Geografis Perumahan Istana Tegal Besar

Perumahan istana tegal besar terletak di Jl Moh. Yamin Kedungpiring, Tegal Besar, Kec. Kaliwates Kab. Jember, Jawa Timur. Daerah ini memiliki potensi yang sangat besar dikarenakan perumahan Istana Tegal Besar merupakan perumahan yang sangat strategis untuk dijadikan sebagai tempat Hunian karena perumahan Istana Tegal Besar terletak di pinggiran Kota Jember yang notabene nya merupakan wilayah dari orang-orang kantoran yang tempat kerjanya berada di tengah kota sehingga perumahan Istana Tegal Besar merupakan pilihan yang tepat untuk dijadikan sebagai rumah kediaman untuk para pekerja kantoran dan sebagainya. Bukan hanya itu perumahan Istana Tegal Besar juga dekat dengan tempat belanja: Giant, Roxy Mall, Jember Icon, Hotel Panorama Jember, dekat dengan pasar tanjung, pasar tradisional lainnya yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Jember, sehingga tidak salah jika perumahan

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Istana Tegal Besar menjadi pilihan banyak orang untuk memiliki hunian di Jember.

Perumahan ini pada awalnya adalah lahan kosong, lahan ini merupakan lahan persawahan yang digunakan oleh masyarakat sebagai mata pencaharian tidak ada satu penduduk pun yang tinggal di lahan ini. Sampai akhirnya ada investor yang memiliki potensi untuk menjadikan sebagai hunian atau perumahan untuk kedepannya, perlahan-lahan tanah ini dibeli satu persatu dengan luas 3 hektar lalu setiap tahunnya investor ini menambah lahan perumahannya sekitar 4 hektar dikarenakan ada potensi yang sangat besar, Cak Salam sebagai penerus investor perumahan ini.[77]

2. Daftar Harga Perumahan

Tabel 4.1
Daftar Harga Perumahan Istana Tegal Besar

Tipe	Cluster	KPR	Angsuran Bank (10.99%)		
			5 Tahun	10 Tahhn	15 Tahun
40/72	KUTAI,TARUMANEGARA UTAMA, DEMAK	220.000.000	4.599.210	3.111.730	2.548.130
40/72	SINGOSARI UTAMA	240.000.000	5.410.050	3.394.610	2.779.770
45/84	MAJAPAHIT	265.000.000	5.973.600	3.748.210	3.069.330
58/98	MAJAPAHIT	380.000..000	8.565.910	5.374.800	4.401.310
81/105	MAJAPAHIT	400.000.000	9.016.750	5.657.680	4.032.950
90/112	MAJAPAHIT	450.000.000	10.143.840	6.364.890	5.212.070

Sumber : Pamflet Perumahan

B. Penyajian Data dan Analisis

Setelah peneliti mengetahui latar belakang dari obyek yang diteliti, pada berikut ini peneliti akan menyajikan data yang telah diperoleh peneliti dari lapangan. Peneliti mengambil data melalui wawancara, observasi, dan

[77] Feri Ustitha, *Wawancara*, Jember, 10 September 2019.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dokumentasi. Adapun data yang dipaparkan terfokus pada bagian permasalahan sebagai berikut.

1. Strategi Penetapan Harga Perumahan Istana Tegal Besar

   Menetapkan harga untuk produk perumahan memiliki peran penting dalam berkembangnya perusahaan karena selain mengambil laba untuk perusahaan, laba yang diambil dari penjualan juga biasa digunakan sebagai pengembangan dari perumahan sehingga harus diperhitungkan benar laba yang didapat. Setelah melakukan wawancara kepada pegawai di Perumahan Tegal besar didapat bahwa strategi atau metode yang digunakan dalam menetapkan harga yang digunakan ada 2 yaitu penetapan harga berdasarkan biaya dan berdasarkan persaingan.

   a. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

      Metode penetapan harga berdasarkan biaya ini merupakan cara yang sering digungan developer atau perusahaan yang ada di bidang properti seperti ini. Penentu harga dalam metode ini dilihat dari aspek biaya atau penawaran bukan dari segi aspek permintaan. Harga yang ditetapkan developer ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya *overhead* dan laba. Hal ini disimpulkan berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada bapak Ranu, beliau mengatakan:

      > Kami dalam memberikan harga awal atau dalam membuka harga pasar, kami memberikan harga dengan sistem keuntungan yang melebihi modal dek sebagai contoh awal nih jika membangun satu tempat tinggal, seandainya dalam

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> pembangunan itu kita menghabiskan dana sebesar 50 juta, kami menjualnya seharga 115 juta, nah dengan cara ini bisa meminimalisir kerugian dan bisa juga mengembangkan pembangunan yang lain, memang sih resikonya agak lama, tapi lebih baik rugi waktu dari pada rugi modal[78]

Hal tersebut secara langsung menunjukkan bahwa penetapan harga di perumahan tegal besar menetapkan harga berdasarkan biaya produksi yang digunakan dan ditambah dengan jumlah biaya lain untuk pengembangan perumahan sendiri maupun untuk pengembangan perusahaan. Wawancara lain kepada bapak Basuki secara tidak langsung juga mendukung bahwa perumahan ini menggunakan metode ini, beliau mengatakan :

> Strategi kita dalam menetapkan harga pasar itu tidak banyak, biasanya disesuaikan dengan tipe rumah yang ada. Tentunya tipe rumah yang berbeda memiliki harga yang berbeda karna fasilitas yang ditawarkan juga berbeda, dalam hal ini untuk menarik minat konsumen pintar-pintar kita dalam menyampaikan kelebihan masing-masing unit sehingga konsumen tertarik dengan harga yang ditawarkan[79]

Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui bahwa harga yang ditetapkan disesuaikan dengan biaya produksi pembuatan masing-masing unit rumah, semakin tinggi tipe rumah dan semakin bagus fasilitas yang ditawarkan harga yang diberikan akan memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan unit rumah dengan tipe rumah dan fasilitas rumah yang lebih rendah.

[78] Ranu, *Wawancara*, Jember, 12 Agustus 2019
[79] Basuki, *Wawancara*, Jember, 09 Agustus 2019

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

b. Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan

Selain menetapkan harga berdasarkan biaya, strategi lain yang digunakan oleh perusahaan PT Kinansyah di perumahan tegal besar yaitu dengan berdasarkan persaingan. Strategi ini merupakan cara menetapkan harga atas dasar persaingan, yaitu melihat apa yang dilakukan pesaing. Hal ini didasarkan dari hasil wawancara kepada Ibu Feri Ustitha, beliau mengatakan:

> Kita menyesuaikan, karena memang harga itu kira-kira dengan unit dan lokasi yang kita tawarkan sesuai tidak. Tapi kita memang ada perbandingan harga, misalnya di sana sekian jadi kita matoknya sekian. Kadangkala kita memang ada perbandingan harga dengan perumahan lain[80]

Strategi penetapan harga ini juga diperkuat dari hasil wawancara kepada Ibu Asih, beliau mengatakan:

> Disini itu mas pertamanya itu sulit laku karena disini sudah banyak perumahan dan juga dekat dengan pedesaan, dulu awal-awal buka kami harus memberikan diskon agar cepet laku mas, kalau tidak dibuat gitu mas karena ditakutkan orang-orang tidak tertarik di lahan ini soalnya di Tegal Besar saja ada sekitar 25 jadi persaingannya itu sangat ketat sekali seandainya tidak memberikan diskon mungkin butuh waktu lama mas untuk terjualnya kepada masyarakat[81]

Memberikan diskon secara tidak langsung akan mengurangi laba yang akan didapat, namun perusahaan sendiri pasti telah melakukan perhitungan agar diskon yang diberikan masih dapat memberikan keuntungan. Selain memberikan diskon, strategi lain yang digunakan

[80] Feri Ustitha, *Wawancara*, Jember, 10 September 2019
[81] Asih Retno, *Wawancara*, Jember, 10 September 2019

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

perusahaan yaitu memberikan promo-promo tertentu untuk unit khusus. Hal ini disampaikan oleh Ibu Asih, beliau mengatakan:

> Kalau masalah promo *dek*, disini terbitnya itu bukan karena adanya produk baru tetapi harga promo itu diberlakukan ketika adanya produk lama yang sulit terjual atau lama masa jualnya sekitar 1 tahun lebih karena untuk meminimalisir kerugian supaya kita bisa mengembangkan bangunan-bangunan yang lain. Kalau hanya berhenti disana saja takutnya kita itu mengalami kerugian yang besar jadi strategi promo ini bukan hanya pada produk baru saja akan tetapi kepada produk lama juga biar orang-orang itu tertarik dengan perumahan ini kalau tidak dibuat gitu ya lama lakunya kami kan juga butuh dana untuk pengembangan [82]

Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui bahwa strategi yang digunakan melihat dari pesaing lain hal ini lumrah dilakukan di beberapa perumahan yang berbeda. Ketatnya persaingan dalam bisnis properti termasuk perumahan di wilayah Tegal Besar, strategi memberikan promo ataupun diskon dengan syarat tertentu lumrah digunakan hal ini dimaksudkan untuk memikat konsumen agar tertarik dengan produk yang ditawarkan.

2. Strategi Penetapan Harga Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Strategi penetapan harga Perumahan Istana Tegal Besar menurut perspektif Ekonomi Islam akan ditinjau berdasarkan konsep strategi penetapan harga dalam perspektif Islam yang disajikan pada kajian pustaka, peneliti akan menganalisis penetapan harga Perumahan Istana Tegal Besar menurut perspektif ekonomi Islam sebagai berikut:

[82] Basuki, *Wawancara*, Jember, 09 Agustus 2019

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

a. Harga Berbasis Keridhaan

Pandangan Islam terhadap mekanisme pasar berangkat dari ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan atas dasar suka sama suka atau rela sama rela. Prinsip *ar-ridha* merupakan segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak termasuk dalam hal penetapan harga. Sebelum terjadi transaksi, idealnya penjual dan pembeli berada pada posisi yang sama, baik menyangkut pengetahuan tentang barang tersebut maupun tentang harga yang berlaku dipasar. Sehingga ketika terjadi *deal* penjual maupun pembeli benar-benar ridha. Dari hasil wawancara dengan pihak PT Kinansyah, Ibu Feri Ustitha menyatakan bahwa:

> Dari awal mereka sudah tahu dan kebanyakan mereka sudah survei terlebih dahulu, walaupun misalnya harga kami lebih mahal tapi kita jelaskan kelebihan perumahan kami. Boleh disana harga lebih murah tapi fasilitas yang didapat sama aksesnya kita beda.[83]

Untuk membuktikan pernyataan dari pihak penjual, wawancara juga dari pihak pembeli yaitu Bapak Syihabudin yang meyatakan bahwa:

> Saya bandingkan harga dulu dengan perumahan lain. Terus tanya-tanya juga ke orang yang sudah pernah beli, dan mereka *bilang* puas. Saya juga *ga* ada kendala dalam kesepakatan harga. Akhirnya saya putuskan untuk beli di sini.[84]

Selain masalah pengetahuan harga, untuk mengetahui bahwa penetapan harga telah berbasis keridhaan juga ditinjau dari kepuasan

[83] Feri Usthita,*Wawancara*, Jember, 18 September 2020
[84] Syihabudin, *Wawancara*, Jember, 18 September 2020

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

kedua belah pihak sehingga tidak pihak yang merasa terzalimi. Dari hasil wawancara, Ibu Feri Usthita menyatakan bahwa:

> Ketidakpuasan itu mungkin ada, kalau dari segi harga sih tidak, beberapa yang lebih ke bangunannya. Karena pengerjaan setiap tukang itu *kan* tidak sama. Tapi kalaupun ada kerusakan yang perlu diperbaiki kita perbaiki *kok* tapi sesuai standar dan aturan-aturan tertentu. Saat sudah serah terima kunci, pihak manajemen atau PT sudah tidak bertanggungjawab atas rumah itu. Tapi kadang ada kalanya *customer* membiarkan terlalu lama tidak terjadi serah terima kunci sehingga menyebabkan rumahnya ada yang rusak dan mereka komplain atau tidak puas. Sedangkan kita sudah menghimbau dari awal untuk segera melaksanakan serah terima kunci sehingga tidak sepenuhnya memasrahkan ke perusahaan.[85]

Dari hasil wawancara dengan salah satu pembeli, yaitu Ibu April, beliau menyatakan bahwa:

> Saya sempat dua kali ganti cluster. Yang pertama karena belum dibangun dan yang kedua ternyata sudah milik orang lain, nah baru ketiganya ini deal. Tapi saya bersyukur, Alhamdulillah dapat yang sekarang. Pihak penjual sangat membantu dan terbuka dengan pembelinya. Jadi meskipun sempat ganti-ganti gitu, akhirnya saya tetap memilih perumahan di sini[86]

Berdasarkan data wawancara dari kedua belah pihak dapat diketahui bahwa pembeli mencari informasi tentang produk yang akan mereka beli, baik dari segi kondisi rumah maupun harga yang ada di pasaran. Pihak penjual juga menyatakan bahwa pembeli sudah mencari informasi dan membandingkan harga, untuk itu penjual akan menyampaikan kelebihan dan perbedaan fasilitas yang ditawarkan dari pihak pesaing. Hal ini menunjukkan bahwa kedua belah pihak telah memiliki pengetahuan tentang barang baik kondisi maupun kondisi

[85] Feri Usthita, *Wawancara*, Jember, 18 September 2020
[86] April, *Wawancara*, Jember, 18 September 2020

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

pasar, sehingga saat terjadi transaksi kesepakatan harga kedua belah pihak dilandaskan rela sama rela atau ridha.

Berdasarkan hasil wawancara juga dapat diketahui bahwa jika ada permasalahan atau *komplain*, pihak penjual akan memberikan pelayanan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Hal tersebut membuat pembeli merasa puas dan yang menyatakan tidak menyesal telah membeli rumah. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa strategi penetapan harga yang dilakukan telah sesuai syariat ekonomi Islam berbasis keridhaan.

b. Harga Berbasis Keadilan

Harga yng adil dalam Islam berhubungan dengan prinsip *lâ dharar*, yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain. Penetapan harga berbasis keadilan akan mencegah terjadinya kerugian dan tindakan kezaliman, baik atau menzalimi pembeli maupun penjual. Harga yang adil merupakan harga standar yang berlaku dalam pasar, dan secara umum dapat diterima sebagai sesuatu yang setara bagi barang-barang atau barang-barang yang serupa pada waktu dan tempat tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak penjual PT Kinansyah, Ibu Feri Usthita menyatakan bahwa:

> Kita menyesuaikan, karena memang harga itu kira-kira dengan unit dan lokasi yang kita tawarkan sesuai tidak. Tapi kita memang ada perbandingan harga, misalnya di sana sekian jadi kita matoknya sekian. Kadangkala kita memang ada

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> perbandingan harga dengan perumahan lain jadi biar tahu harga pasaran itu seperti apa[87]

Sedangkan dari pihak pembeli, yaitu Bapak Endi, beliau mengatakan:

> *Kalo* dari harga yang ditawarkan menurut saya rasa standard *sih* ya, harganya juga tidak terlalu jauh beda dengan perumahan lain, mungkin lokasi *aja* dan fasilitas yang ditawarkan berbeda tapi ya *gak* jauh bedalah menurut saya. Lebih nyaman disini aja *ndak* ada alasan khusus.[88]

Hal ini menunjukkan pembeli sendiri tidak merasa terbebani dengan harga yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan dan tidak berbeda jauh dengan harga standar yang berlaku di pasaran. Pada kesempatan lain juga disampaikan oleh konsumen yang berbeda, beliau mengatakan:

> Kalau saya *sih*, dapat informasi dari sosial media. Memilih perumahan ini karena salah satu perumahan yang lumayan dekat dengan kota. Selain itu lingkungan perumahannya aman, asri dan nyaman. Untuk harganya sendiri saya rasa sudah sesuai dengan tipe yang ditawarkan.[89]

Berdasarkan data hasil wawancara, secara garis besar harga yang ditetapkan perusahaan telah memenuhi kriteria harga yang adil, karena harga yang ditetapkan sesuai dengan harga standar yang diterima secara umum serta kedua belah pihak tidak merasa dirugikan ataupun terzalimi.

[87] Feri Ustitha, *Wawancara*, Jember, 10 September 2019
[88] Endi,*Wawancara*, Jember, 10 Mei 2020
[89] Rendi, *Wawancara*, Jember, 12 Mei 2020

IAIN JEMBER
digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

c. Harga Berbasis Kejujuran

Kejujuran merupakan bagian penting segala kegiatan usaha, dengan nilai kejujuran yang terjaga baik maka pelaku usaha akan mendirikan rasa kepercayaan terhadap orang lain dan menjadi modal penting bagi kelangsungan usaha. Rasulullah menjadi pedagang sukses yang mendapat gelar Al-Amin karena kejujurannya. Prinsip kejujuran inilah yang harus diterapkan dalam sebuah transaksi jual beli termasuk dalam hal penetapan harga. Hasil wawancara dengan pihak manajer marketing PT Kinansyah Adi Land, Ibu Feri Ustitha menyatakan:

> Kalau kelebihannya kita sampaikan dari lokasi, harga maupun kualitas bangunan. Untuk kekurangannya kita kendalanya di pembangunan karena ada regulasi bank yang tidak jelas pada awal tahun lalu, terus ditambah *covid*, dan juga keterbatasan kuota subsidi yang menghambat pembangunan di lapangan. Dan kami jelaskan kepada pihak pembeli tentang kendala-kendala itu. Jadi kita sampaikan kepada pihak customer, kadang perhitungan bank itu tidak seperti yang kita janjikan awal. Kadang pihak bank punya kriteria sendiri. Dan itu kita sampaikan di awal kepada *customer*.[90]

Berdasarkan data wawancara di atas, penjual menyatakan bahwa untuk menarik perhatian pembeli dengan menyampaikan kelebihan masing-masing unit rumah serta menyampaikan kekurangan atau kendala yang akan dihadapi pembeli yaitu terkait regulasi bank sehingga menghambat pembangunan di lapangan. Dampak dari prinsip kejujuran seharusnya pembeli tidak pernah merasa dirugikan serta tidak ada keluhan tentang janji-janji yang diucapkan, karena barang-barang yang disepakati dalam kontrak tidak ada yang dimanipulasi atau

[90] Feri Ustitha, *Wawancara*, Jember, 18 September 2020

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dikurangi. Oleh sebab itu, Peneliti juga mencari data dari pihak pembeli melalui wawancara dengan Ibu April yang menyatakan:

> Saya *ga* mikir-mikir *pas* ambil perumahan ini. Tapi pihak penjualnya menjelaskan tentang kelebihan dan kekurangannya. Penjualnya menjelaskan kelebihan tentang rumahnya, atap dan kusen pakai galvalum. Terus kalau kendalanya, dari saya lunas uang muka sampai realisasi sangat lama, sekitar 2 tahun. Rumahnya sudah dibangun saat uang muka lunas. Realisasi KPR yang lama, sehingga untuk bisa menempati rumah nunggu *acc* bank. Kalau dari kesesuaian dengan yang ditawarkan, luasnya sudah sesuai, modelnya bagus, tapi *ya gitu* bangunannya menurut saya agak rapuh, tapi mungkin bangunan di perumahan *emang kayak gini*, tergantung tukangnya juga, dan itu dijelaskan oleh penjualnya. Kalau ada yang harus diperbaiki mereka juga *mau* kerjasama. [91]

Berdasarkan wawancara di atas, maka dapat dikatakan bahwa pihak penjual menerapkan prinsip kejujuran karena barang-barang yang disepakati dalam kontrak tidak ada yang dimanipulasi, harga dan kondisi rumah sesuai dengan yang ditawarkan, serta pihak penjual terbuka atau transparan dengan keadaan unit rumah sehingga tidak ada keluhan tentang janji-janji yang diucapkan.

Selain melihat dari segi kesesuaian harga dengan kondisi barang, harga berbasis kejujuran juga dapat dilihat dari harga yang konsisten, yaitu penetapan harga jual yang telah diniatkan sejak awal akan tetap dipertahankan harga jualnya agar tercipta kepastian dan penjual akan memenuhi ketentuan yang telah disepakati.

Dari hasil wawancara dengan pihak PT Kinansyah, Ibu Feri Usthita menyatakan bahwa:

[91] April, Wawancara, Jember, 12 Mei 2020

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

> Kita tidak melihat dari laku tidaknya penjualan kami. Jadi harga ataupun promo yang diberlakukan sesuai waktu yang ditentukan. Semua kesepakatan kita buat di awal. Jadi *kalau* bulan ini promonya ini, ya itu yang berlaku, jadi kita *ga* akan mengubah harga di tengah jalan gitu *enggak*. Jadi kita dari kesepakatan awal dari harga maupun promo yang diberlakukan saat akad.[92]

Sedangkan hasil wawancara dengan pihak pembeli, Bapak Syihabudin menyatakan bahwa:

> Harga yang ditawarkan sudah sesuai kesepakatan awal. Ga ada perubahan harga. Saya tidak menemukan kendala dalam kesepakatan harga[93]

Berdasarkan data wawancara di atas, dapat diketahui bahwa strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar berdasarkan kejujuran karena harga yang ditetapkan tidak ada rekayasa harga serta konsisten dengan harga kesepakatan awal saat akad.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang menggunakan wawancara dan observasi penjual dan juga pembeli, tedapat temuan-temuan yang peneliti temukan dalam penelitian tentang strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar, diantaranya yaitu :

1. Strategi Penetapan Harga Perumahan Istana Tegal Besar

   Berdasarkan dari hasil penelitian yang menggunakan wawancara dan observasi terhadap penjual dan pembeli, tedapat temuan-temuan yang peneliti temukan dalam penelitian tentang strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar, diantaranya yaitu:

[92] Feri Usthita, Wawancara, Jember, 18 September 2020
[93] Syihabudin, Wawancara, Jember, 12 Mei 2020

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

a. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

Salah satu strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar yaitu berdasarkan biaya, cara ini biasanya juga strategi yang sering digunakan dalam menetapkan harga di bidang porperti seperti perumahan. Selain digunakan untuk mendapatkan laba, strategi ini juga digunakan untuk mendapatkan biaya pengembangan atau perawatan jika ada unit perumahan yang ada belum terjual.

Suatu perusahaan untuk mencapai keuntungan yang diinginkan memerlukan suatu harga yang menjadi landasan dalam memperoleh keuntungan. Harga hendaklah didasarkan atas permintaan pembeli sebagaimana melalui mekanisme pasar. Biaya produksi harus masuk perhitungan, karena jika perusahaan menjual produknya lebih rendah dari pada biaya untuk memproduksi atau memasarkan produk itu, perusahaan tidak akan bisa bertahan hidup lama (*survive*), dan perusahaan yang membebankan harga jauh lebih tinggi dari biaya produksi dan pemasaran yang efisien tidak lain berarti meminta bisnis mereka direbut oleh para saingan yang lebih realistis.[94]

Temuan peneliti berdasarkan wawancara dan observasi secara tidak langsung dapat disimpulkan bahwa harga yang ditetapkan di Perumahan Tegal Besar disesuaikan dengan biaya produksi pembuatan masing-maing unit rumah, semakin tinggi tipe rumah dan semakin bagus fasilitas yang ditawarkan harga yang diberikan akan memiliki

[94] Bambang dan G. Kartasapoetra, *Kalkulasi dan Pengendalian Biaya Produsksi*, Cetakan Kedua (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 39.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

nilai yang lebih tinggi dibandingkan unit rumah dengan tipe rumah dan fasilitas rumah yang lebih rendah.

Berdasarkan hal tersebut penetapan harga yang dilakukan di perumahan tegal besar ini dapat dikatakan berorientasi pada biaya produksi *full costing*, yaitu harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya biaya langsung, biaya *overhead*, dan laba.[95]

b. Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan

Persaingan yang terjadi dalam industri properti seperti perumahan menjadi persaingan yang ketat. Hal ini dapat dilihat banyaknya perusahaan-perusahaan yang mendirikan perumahan di wilayah tegal besar. Selain menggunakan strategi pemasaran, untuk dapat memposisikan diri dalam persaingan tersebut perusahaan harus dapat melakukan kebijakan harga, karena tuntutan konsumen untuk mendapatkan pelayanan berkualitas dengan harga jual yang tepat karena secara tidak langsung dapat mempengaruhi kepuasan konsumen bagi perusahaan.[96]

Temuan peneliti berdasarkan wawancara dan hasil observasi menunjukkan bahwa salah satu penetapan harga yang dilakukan di Perumahan Istana Tegal Besar yaitu berdasarkan persaingan dengan metode *market pricing* (harga sama atau mendekati harga pasar) dan

[95] Ony Widilestariningtyas, dkk, *Akuntansi Biaya, Edisi 1*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012),10.
[96] Andrefa, W. (2018). *Analasis Strategi Penetapan Harga Jual Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kue Dan Roti Minimarket Surya Tirtayasa, Bandar Lampung)* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

loss leader pricing (penetapan harga dengan strategi promosi pada produk tertentu). Informan memang tidak mengatakan secara langsung bahwa harga yang ditetapkan berdasarkan persaingan, namun hal ini dapat dilihat dari cara yang ada digunakan untuk menarik minat pembel yaitu dengan memberikan promo ataupun diskon dengan syarat tertentu lumrah digunakan, hal ini dimaksudkan untuk memikat konsumen agar tertarik dengan unit yang ditawarkan. Metode tersebut merupakan metode penetapan harga berdasarkan persaingan *loss leader pricing* merupakan strategi menurunkan harga produk tertentu dengan harapan konsumen datang membeli produk lainnya dengan harga yang tetap.[97]

2. Strategi Penetapan Harga menurut Perspektif Ekonomi Islam

   a. Harga Berbasis Keridhaan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, Peneliti menemukan bahwa pembeli telah mengumpulkan informasi mengenai harga Perumahan Istana Tegal Besar dengan cara melakukan perbandingan harga pesaing/harga pasar dan informasi dari pembeli yang lain. Informasi atau pengetahuan terhadap produk yang akan dibeli akan sangat berguna, sehingga ketika terjadi *deal* penjual maupun pembeli rela sama rela dan tidak ada yang teraniaya.[98] Pihak penjual juga transparan dalam mengemukakan kelebihan maupun kekurangan unit

[97] Siti Nurseha,*Hubungan Antara Persepsi Konsujvien Terhadap Loss Leader Pricing Dengan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Alfamart*,(Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2007).

[98] Muhammad Aziz Hakim, *Briefcase Book Edukasi Profesional Syari"ah Dasar Dan Strategi Pemasaran Syariah* (Jakarta:Renaisan,2005),24

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

rumah yang dijual sehingga saat harga sudah disepakati maka kedua belah pihak akan saling ridha satu sama lain.

Prinsip *ar-ridha* merupakan segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak, bahkan hal ini merupakan ketentuan langsung dari Allah Swt. Bahwa perniagaan harus dilakukan dengan cara yang baik berdasarkan prinsip saling ridha atau rela sama rela sehingga tercipta keadilan.[99] Sebagaimana firman Allah Swt dalam QS. An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu"[100]

b. Harga Berbasis Keadilan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, Peneliti menemukan bahwa pembeli tidak merasa dirugikan, tidak terzalimi, dan menilai bahwa harga yang ditetapkan sepadan dan tidak jauh berbeda dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu.

[99] Ahmad Dakhoir dan Istla Yunisva, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar:Refleksi Ibnu Taimiyyah*,(Yogyakarta: Laksbang Pressindo,2017),5.
[100] Al-Qur'an, 4:29

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Harga yang adil menurut Ibn Taymiyyah adalah nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya dan diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu.[101] Definisi harga yang adil juga bisa diambil dari konsep Aquinas yang mendefinisikannya dengan harga kompetitif normal, yaitu harga yang berada dalam persaingan sempurna yang disebabkan oleh *supply* dan *demand*, tidak ada unsur spekulasi.[102] Secara umum, harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (*kedzaliman*) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.[103]

Penetapan harga jual dalam Islam biasanya diserahkan kepada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Kesepakatan jual beli yang baik adalah berdasarkan atas suka sama suka. Hal ini dijelaskan dalam sebuah hadits, Rasulullah Saw. bersabda:

إِنَّمَا البَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ (رواه ابن ماجه)

Artinya: "Sesungguhnya jual beli itu hanya sah jika suka sama suka."[104]

[101] Taymiyyah, *Majmû' Fatâwâ*, Vol. XXIX, 345.
[102] Robert D. Hogg *Theory of the Just Price* (London: George Allen, 1940), 22.
[103] Ludfianto, A. 2016. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Penetapan Harga Bagi Pembeli Yang Membutuhkan Di Desa Lampeji, Kecamatan Mumbulsari. Skripsi. IAIN Jember.
[104] Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Terjemahan Hadist Shahih Sunan Ibnu Majah,* (Pustaka Azzam)

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Berdasarkan penjelasan diatas, hasil temuan di lapangan terhadap penetapan harga di Perumahan Tegal Besar menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan perusahaan telah memenuhi kriteria harga yang adil jika dilihat dari persepektif Islam. Hal ini juga didukung dari hasil wawancara terhadap penjual maupun pembeli yang menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan sesuai harga standar pasar, pembeli tidak merasa terbebani dengan harga yang telah ditetapkan, serta kesesuaian unit rumah dengan harga yang ditawarkan.

c. Harga Berbasis Kejujuran

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, Peneliti menemukan bahwa strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam. Kondisi unit rumah yang ditawarkan disampaikan dengan jujur oleh pihak penjual dan tidak ada unsur manipulasi yang dapat diketahui dari pernyataan pembeli bahwa harga sesuai dengan kondisi rumah yang ditawarkan melalui brosur maupun penjelasan dari pihak penjual sehingga pembeli merasa puas. Tidak adanya unsur penipuan dalam penetapan harga telah sesuai dengan hadits yang artinya:

"Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya."[105]

[105] Aang Kunaifi, 2015, "Aktualisasi Pemasaran Sya'riah)", *Jurnal MIYAH*, 9 (Januari, 2016), 1.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Peneliti juga menemukan bahwa penjual menyampaikan kelebihan dan kekurangan produk. Meskipun menyampaikan kekurangan produk akan berisiko pembeli akan batal membeli, namun prinsip kejujuran akan membuat pembeli merasa puas. Seperti halnya kejujuran Rasulullah dalam berdagang, prinsip kejujuran yang diterapkan adalah perwujudan dari prinsip *custumer oriented* pada konteks sekarang, yaitu prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan pelanggan[106]

Berkaitan dengan penetapan harga jual dalam perspektif nilai kejujuran dalam Islam mengisyaratkan bahwa, harga jual yang telah ditetapkan oleh penjual tidak boleh direvisi penjual dengan menaikkan harganya, seperti yang kisah Yunus bin Ubid yang tidak bersedia menjual produknya di atas harga jual yang telah ia tetapkan, meskipun pembeli setuju (*ridha*) terhadap harga tersebut.[107] Menurut al-Mishri, pada dasarnya ada tiga jenis kejujuran yang dapat digunakan di dalam berusaha agar terjadi kemaslahatan baik pada diri pedagang maupun lingkungannya, yaitu kejujuran berniat, kejujuran lahiriah, serta kejujuran batiniah.[108] Ketiga jenis kejujuran ini mengindikasikan bahwa harga harus konsisten sesuai kesepakatan awal penjual dan pembeli dan tidak ada pihak yang terzalimi.

---

[106] Afzalur Rahman,*Doktrin ekonomi Islam Jilid I*, (Yogyakarta:Dana BhaktiWakaf,1995),183.
[107]Alimuddin, "Meretas Nilai-nilai Islam untuk Menetapkan Harga Jual" (Dipresentasi pada Seminar Hasil Penelitian Disertasi Doktor yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan Nasional, Jakarta,2010),9.
[108] Mahmud Al-Mishri. 2008.*Hiduplah Bersama Orang-orang Jujur; Langkah Mudah Menikmati Hidup Penuh Berkah*,(Solo:Pustaka Arafah, 2008),248.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Berdasarkan analisis data, Peneliti menemukan bahwa penetapan harga telah memenuhi ketiga jenis kejujuran tersebut. Harga yang ditetapkan dan disepakati bersama pada awal transaksi konsisten atau tidak mengalami perubahan meskipun nantinya akan ada perubahan kekuatan permintaan dan penawaran yang dapat mempengaruhi harga pasar. Dengan demikian, strategi penetapan harga perumahan Istana Tegal Besar sesuai dengan konsep ekonomi Islam karena berbasis pada kejujuran.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar

   Penetapan harga Istana Tegal Besar disesuaikan dengan biaya produksi pembuatan masing-masing unit rumah, semakin tinggi tipe rumah dan semakin bagus fasilitas yang ditawarkan harga yang diberikan akan memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan unit rumah dengan tipe rumah dan fasilitas rumah yang lebih rendah.

   Perumahan Istana Tegal besar menggunakan strategi yang dengan melihat dari pesaing lainnya, hal ini lumrah dilakukan pada beberapa perumahan yang berbeda. Ketatnya persaingan dalam bisnis properti termasuk perumahan di wilayah Tegal Besar, strategi memberikan promo ataupun diskon dengan syarat tertentu lumrah digunakan hal ini dimaksudkan untuk memikat konsumen agar tertarik dengan produk yang ditawarkan.

2. Strategi penetapan harga menurut perspektif Ekonomi Islam

   Penetapan harga Perumahan Istana Tegal Besar telah sesuai dengan konsep dan prinsip-prinsip ekonomi Islam yaitu harga berbasis keridhaan, keadilan, dan kejujuran. Harga berbasis keridhaan ditunjukkan dengan kerelaan dan tidak ada penyesalan dari pembeli. Harga berbasis keadilan ditunjukkan dengan tidak ada pihak yang terzalimi dari kedua belah pihak

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

dan penetapan harganya sudah menyesuaikan mekanisme pasar yang sudah ada, dan harga berbasis kejujuran yang ditunjukkan dengan tidak adanya manipulasi serta tidak ada perubahan atas harga kesepakatan awal.

B. Saran

Pada bagian akhir ini peneliti bermaksud untuk mengajukan beberapa saran yang berkaitan dengan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun saran-saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penjual

   Penjual mempertahankan penerapan prinsip-prinsip kejujuran secara menyeluruh termasuk dalam menyampaikan kelemahan bangunan, karena kejujuran akan membawa keberkahan pada bisnis yang dijalankan.

2. Bagi Pembeli

   Pembeli lebih teliti lagi dan mencari lebih banyak informasi mengenai produk yang akan dibeli termasuk menanyakan kelebihan dan kekurangan produk tersebut.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Peneliti selanjutnya harus mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi terkait dengan penetapan harga di perumahan agar hasil penelitian dapat lebih baik dan lengkap.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah. *Menejemen Pemasaran.* 188.

Ad-Darimy. *Sunan Ad-Darimy.* Beirut:Darul Fikri. tth. 78.

Afifah, Hasna Nur. 2016. Analisis Prinsip-Prinsip Penetapan Harga Menurut Pandangan Hukum Islam dan Ibnu Khaldun. Skripsi. Universitas Islam Bandung. 50.

Aisyah, Sovi Nur. 2015. *Analisis Menaknisme penetapan harga jual dalam perspektif prinsip-prinsip ekonomi Syariah (studi kasus di Toko Arafah Jl. Perjuangan Cirebon).* Skripsi. IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Al-Albani, Muhammad Nashiruddin. *Terjemahan Hadist Shahih Sunan Ibnu Majah.* Pustaka Azzam.

Alimuddin. 2010. Meretas Nilai-nilai Islam untuk Menetapkan Harga Jual. Dipresentasi pada Seminar Hasil Penelitian Disertasi Doktor yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. Kementerian Pendidikan Nasional. Jakarta. 9-10.

Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung :CV ALFABETA. 169.

Al-Mishri, Mahmud. 2008. *.Hiduplah Bersama Orang-orang Jujur; Langkah Mudah Menikmati Hidup Penuh Berkah*. Solo:Pustaka Arafah. 248.

Al-Zhaili, Wahbah. 2011. *Fiqih Islam Wa Adillatuhu 4*. Jakarta: Darul Fikr. 251.

Amalia, E. 2013. Mekanisme Pasar Dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*. *5*(1-2).

Andrefa, W. 2018. *Analasis Strategi Penetapan Harga Jual Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kue Dan Roti Minimarket Surya Tirtayasa, Bandar Lampung.* Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung.

Anjani, F. 2018. *Strategi Pengembangan Usaha Stik Keju Pada Cv Sentosa Jaya Di Kota Palembang*. Doctoral Dissertation. Politeknik Negeri Sriwijaya.

Ansori, Ahmad Insya. 2020. Aktivitas Bisnis Perspektif Ibn Taimiyyah. www.ejournal.kopertais4.or.id.html.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Azizah, Nur. 2015. *Manajemen biaya produksi pada penetapan harga jual di industri rumah tangga teh herbal perspektif ekonomi Islam (Studi pda Industri Rumah tangga Teh Herbal pegagan Primasari Patemon, Bojongsari, Purbalingga).* Skripsi. IAIN Purwokerto.

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Grup. 129.

Chandrarin, Grahita. Alimuddin. Iwan Triyuwono. Gugus Irianto. 2011. Konsep Harga Jual Kejujuran: Meraih Keuntungan Menggapai Kemaslahata. *Jurnal Akutansi Multiparadigma.* 19.

Damayanti, R. R., & Utomo, C. C. 2014. "Analisa Biaya dan Permintaan Pada Penetapan Harga Marginal Unit Rumah di Perumahan Royal Regency", Lumajang. *Jurnal Teknik ITS*. *3*(1). D36-D40.

Dara, N., & Purnaningsih, N. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Pakaian Batik Terhadap Minat Beli Pelanggan Pasar Tanah Abang. *Dynamic Management Journal*. *2*(1).

David, Fred R. 2011. *Strategi Management, terj. Dono Sunardi*. Jakarta: Salemba Empat. 18.

Firdaus, Muhammad. *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariat*, 24-25.

Hakim, Muhammad Aziz. 2005. *Briefcase Book Edukasi Profesional Syari"ah Dasar Dan Strategi Pemasaran Syariah*. Jakarta:Renaisan. 24.

Hasan, M.Ali. 2003. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam.* Depok: RajaGrafindo Persada. 124-125.

Hery. 2011. *Soal-Jawab Pengendalian Manajemem.* Jakarta: PT Bumi Aksara. 13.

Hogg, Robert D. 1940. *Theory of the Just Price*. London: George Allen. 22.

Huberman,A. Michael. 1992. *Analisis data Kualitatif:buku sumber tentang metodebaru.* Jakarta: UIP. 133.

Idayati, Nurul. 2020. Penentuan Harga Dan Jumlah Maksimal Keuntungan Dalam Jual Beli Perpektif Hukum Islam (Studi Pada Indomart Dan Minimarket 212 Korpri Kecamatan Sukarame). *Skripsi*. UIN Raden Intan.

Irawan, Dedi. 2019. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kebupaten Pringsewu*). Skripsi. UIN Raden Intan.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Istiqomah, M. 2019. *Manajemen Produksi Home Industry Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Home Industry Meubel Mega Sandra Desa Buntu Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap)*. Skripsi. IAIN Purwokerto.

JALAWIDA, S. 2019. *Penetapan Harga Terhadap Jual Beli Makanan Dengan Sistem Prasmanan Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Di Rumah Makan Ma'cik Ana Gunung Sugih Lampung Tengah)*. Doctoral Dissertation. Uin Raden Intan Lampung.

Kartasapoetra, G. Bambang. 2009 *Kalkulasi dan Pengendalian Biaya Produsksi*, Cetakan Kedua. Jakarta: Rineka Cipta. 39.

Kaulla, R. 1940. *Theory of the Just Price*, terjemahan bahasa Inggris oleh Robert D. Hogg. London: George Allen. 22.

Kotler, Philip. Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga. 297.

Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran* (edisi ke sebelas) jilid 2. Jakarta : Gramedia. 139.

Kunaifi, Aang. 2015. "Aktualisasi Pemasaran Sya'riah)". *Jurnal MIYAH*. 9.

Lubis, A. N. 2004. *Strategi Pemasaran dalam persaingan bisnis*. *Universitas Sumatera Utara*.

Ludfianto, A. 2016. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Penetapan Harga Bagi Pembeli Yang Membutuhkan Di Desa Lampeji, Kecamatan Mumbulsari. Skripsi. IAIN Jember.

Moleong, Ledxy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosda Karya. 6.

Mudawamah, Siti. 2017. *Analisis Strategi Penetapan Harga Bandeng Presto Dalam menghadapi Persaingan Usaha (studi kasus pada UKM Bandeng Presto Desa Dukutalit, Juwana,Pati)*. Skripsi. UIN Walisongo Semarang.

Nasir, M. 2018. *Analisis Penetapan Harga Pedagang Ikan Asin di Pasar Tradisional Ditinjau Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus pada Pedagang Ikan Asin di Pasar Tradisional Kota Fajar Kabupaten Aceh Selatan)*. Doctoral dissertation. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Norvadewi. 2015. "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif*)". Jurnal Al-Tijary IAIN Samarinda*. 12.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Nurseha, Siti. 2007. *Hubungan Antara Persepsi Konsujvien Terhadap Loss Leader Pricing Dengan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Alfamart*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Prasetyo, D. 2013. Analisa Bangkitan Perjalanan Pada Kawasan Perumahan Di Kelurahan Tegal Besar Kabupaten Jember Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. Skripsi. Universitas Jember.

Purnama, Cahya. 2019. "Perumahan Jember", http://perumahanjember.co.id/.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 17.

Qardawi, Yusuf. 2000. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta:Gema Insani Press. 181.

Rachmat. 2014. *Manajemen Strategi*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2.

Rahman, Afzalur. 1995. *Doktrin ekonomi Islam Jilid I*. Yogyakarta:Dana BhaktiWakaf. 183.

Riadi, Slamet. 2018. *Strategi Penetapan Harga Home Industri Roti Arli Food Di Desa Gambirono*. Skripsi. IAIN Jember.

Romansyah, Iman. 2016. *Analisis Penetapah Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. IAIN Jember.

Rozalinda. 2016. *Fikih Ekonomi Syari"ah*. Jakarta:Rajawali Pers. 379.

Sa'diyah, Faidatus. 2016. *Strategi Penetapan Harga DI Pasar Mangli Kaliwates*. Skripsi. IAIN Jember.

Siagian, Sondang P. 1985. *Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*. Jakarta: PT Gunung Agung. 16.

STAIN, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiyyah*, 43-44.

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABET. 72.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta. 144.

Syafe'i, Rachmat. 2000. *Fiqih Muamalah*. Bandung:Pustaka Setia. 87.

Taymiyyah. *Majmû' Fatâwâ*. Vol. XXIX. 345.

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran Edisi 3. *Yogyakarta: Andi* 152-153.

Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit ANDI. 315-323.

Untoro, J. 2010. Ekonomi. *Jakarta: Kawahmedia*.

Urrokhmah, Tati. 2018. *strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada Kayla Fashion serba 35.000 Purwokerto*. Skripsi. IAIN Purwokerto.

Wahyuni, F. 2018. *Analisis Penetapan Harga Lelang Barang Jaminan Dalam Mengurangi Risiko Pembiayaan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Produk Griya Ib Hasanah Bni Syariah Kc Tanjung Karang)*. Doctoral Dissertation. Uin Raden Intan Lampung.

Widilestariningtyas, Ony. 2012. *Akuntansi Biaya, Edisi 1*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 10.

Yunisva, Istla. Ahmad Dakhoir. 2017. *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar:Refleksi Ibnu Taimiyyah.* Yogyakarta: Laksbang Pressindo. 5-6.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

LAMPIRAN-LAMPIRAN

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
1	2	3	4	5	6	7
Strategi Penetapan Harga Perumahan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Perumahan Istana Tegal Besar Jember PT Kinansyah Group)	Strategi Penetapan Harga Perumahan dalam Perspektif Ekonomi Islam	1. Strategi Penetapan Harga 2. Perspektif Ekonomi Islam	1. Penetapan harga berdasarkan biaya 2. Penetapan harga berdasarkan persaingan 1. Penetapan harga berbasis keridhaan 2. Penetapan harga berbasis keadilan 3. Penetapan harga berbasis keridhaan	1. Wawancara atau Interview : a. Manajer pemasaran b. Pembeli 2. Observasi 3. Dokumentasi 4. Kepustakaan	1. Pendekatan dan Jenis Penelitian: Pendekatan “Kualitatif” jenis “Deskriptif” 2. Metode Pengumpulan data : a) Observasi b) *Interview*/wawancara c) Dokumentasi 3. Analisis Data menggunakan “Analisis Kualitatif Deskriptif”	Fokus Penelitian a) Bagaimana penerapan penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar ? b) Bagaimana penerapan penetapan harga di Perumahan Istana Tegal Besar menurut Prespektif Ekonomi Islam ?

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Ulil Absor Rabbani Arifin
NIM	: 083144190
Prodi / jurusan	: Ekonomi Syariah/ Ekonomi Islam
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnnis Islam (FEBI)
Institut	: IAIN JEMBER

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 18 September 2020

Saya yang menyatakan

Ulil Abso Rabbani Arifin

NIM. 083144190

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

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

Nomor : B- /In.20/7.a/PP.00.8/07/2019
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada:
Yth Bapak Kepala Perumahan Istana Tegal Besar
Di Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

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

NamaMahasiswa	: Ulil Absor Rabbani Arifin
NIM	: 083144190
Semester	: X
Jurusan	: Ekonomi Islam
Prodi	: Ekonomi Syariah
No Telpon	: 081333765873
Dosen Pembimbing	: M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I
NIP	: 19760812 200801 1 015
JudulPenelitian	: Strategi Penetapan Harga Perumahan Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Perumahan Istana Tegal Besar Jember

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerja samanya disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Jember, 08 juli 2019
a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
NIP. 19730830 199903 1 002

Tembusan:
1. DekanFakultasEkonomidanBisnis Islam

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Peta

Gambar Peta Lokasi Perumahan Istana Tegal Besar

Sumber:website resmi PT Kinansyah Adi Land (perumahanjember.net)

Gambar Gerbang Perumahan Istana Tegal Besar

Sumber:website resmi PT Kinansyah Adi Land (perumahanjember.net)

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Struktur Perumahan

Gambar Struktur Perumahan

Sumber:website resmi PT Kinansyah Adi Land (perumahanjember.net)

Gambar Struktur Perumahan Istana Tegal Besar

Sumber:dokumentasi

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

PEDOMAN WAWANCARA

1. Wawancara kepada pihak PT Kinansyah Adi Land

   Pertanyaan :

   1. Bagaimana pihak PT Kinansyah menetapkan harga untuk setiap unit perumahan?
   2. Bagaimana cara pihak PT Kinansyah agar banyak unit rumah yang terjual?
   3. Apakah biaya produksi akan mempengaruhi harga setiap rumah?
   4. Apakah pihak PT Kinansyah juga melihat harga pasar/ persaingan harga dari kompetitor?
   5. Apakah Anda menjelaskan tentang kelebihan dan kekurangan kepada konsumen tentang unit rumah yg ditawarkan ?
   6. Apakah ada perubahan harga dari kesepakatan awal? Misalnya saat banyak permintaan, kemudian pihak penjual ingin menaikkan harga? Atau ada perubahan harga jika konsumen melunasi lebih cepat?
   7. Apakah ada konsumen yang komplen tentang harga rumah yg ditawarkan?
   8. Bagaimana tanggapan Anda jika ada konsumen yg merasa menyesal telah membeli rumah karena tidak sesuai ekspektasi mereka?

2. Wawancara kepada pihak kosumen/pembeli Perumahan Istana Tegal Besar

   Nama Narasumber :

   1. Mengapa Anda memilih perumahan ini dibandingkan perumahan yang lain?
   2. Apakah ada keterpaksaan konsumen memilih perumahan ini?
   3. Dari mana Anda mendapatkan info terkait perumahan ini?
   4. Apa kelebihan dan kekurangan perumahan ini ?
   5. Mengapa memilih tipe rumah ini?

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

6. Menurut Anda, untuk tipe rumah yang dibeli apakah harga yang ditawarkan terlalu mahal (terlalu besar mengambil laba)?
7. Apakah sebelum membeli rumah di sini, Anda melakukan perbandingan harga dengan perumahan lain?
8. Apakah Anda dijelaskan/mengetahui kelebihan dan kekurangan rumah yg akan dibeli? Apakah penjual memberikan penjelasan tentang kelebihan dan kekurangannya?
9. Apakah Anda bertanya kepada konsumen lain (yang telah membeli) di perumahan ini? Apa pendapat mereka?
10. Apakah harga yg Anda bayar sesuai dengan kesepakatan awal (sesuai dengan harga brosur)?
11. Apakah ada kendala dalam kesepakatan harga?

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

JURNAL PENELITIAN

STRATEGI PENETAPAN HARGA PERUMAHAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS DI PERUMAHAN ISTANA TEGAL BESAR JEMBER PT KINANSYAH GROUP)

No	Tanggal	Pihak yang diwawancarai	Jenis Kegiatan	Ttd
1	09 Agustus 2019	Pihak PT Kinansyah Adi Land Basuki	Observasi untuk sumber latar belakang dan wawancara tentang strategi penetapan harga	
2	12 Agustus 2019	Pihak PT Kinansyah Adi Land Ranu	Observasi untuk sumber latar belakang dan wawancara strategi penetapan harga	
3	10 September 2019	Pihak PT Kinansyah Adi Land Kristiawan	Wawancara tentang awal mula pembangunan Perumahan Istana Tegal Besar	
4	10 Mei 2020	Pihak Pembeli Perumahan Istana Tegal Besar Endi	Wawancara tentang tanggapan konsumen/pembeli mengenai harga dan kondisi rumah yang dibeli	
5	12 Mei 2020	Pihak Pembeli Perumahan Istana Tegal Besar Rendi	Wawancara tentang tanggapan konsumen/pembeli mengenai harga dan kondisi rumah yang dibeli	
6	17 September 2020	Pihak Pembeli Perumahan Istana Tegal Besar April dan Syihabudin	Wawancara tentang tanggapan konsumen/pembeli mengenai harga dan kondisi rumah yang dibeli	
7	18 September 2020	Pihak PT Kinansyah Adi Land Feri Usthita	Wawancara tentang strategi penetapan harga yang berhubungan dengan perspektif ekonomi Islam	

Jember, 18 September 2020

Divisi Marketing

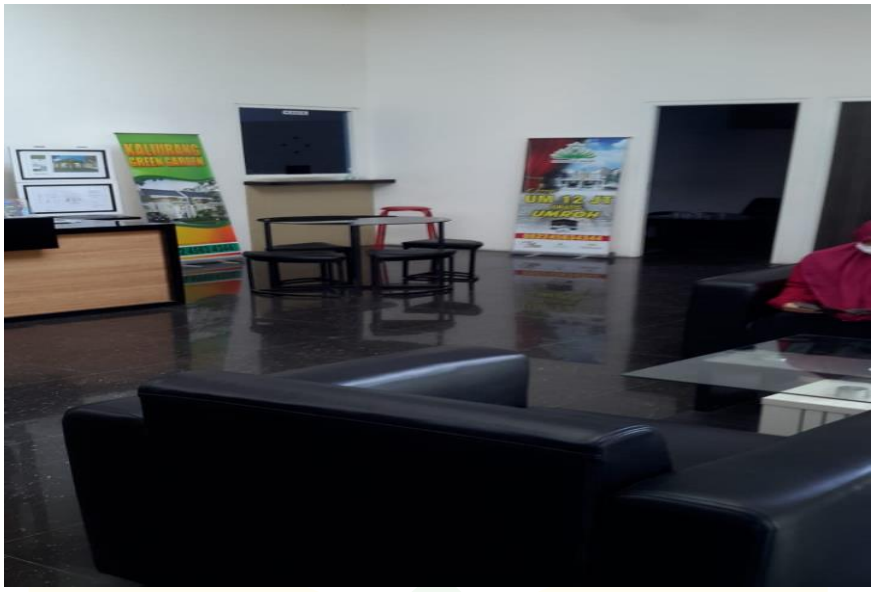
PT. KINANSYAH ADITJAYA LAND
JL. [illegible] NO. 7 JEMBER

Ranudirjo Dwi Adi

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

Gambar Kegiatan Pengumpulan Data (Wawancara dan Observasi)

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id



digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ranudirjo Dwi Adi

Jabatan : Manajer

Alamat : Jl. Muh.Yamin, Kedungpring Tegal Besar, Jember

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa :

Nama : Ulil Absor Rabbani Arifin

NIM : 083144190

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Institut : IAIN Jember

Menerangkan bahwa dengan sebenarnya bahwa orang tersebut di atas benar-benar telah melaksanakan Penelitian di Perumahan Istana Tegal Besar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember mulai tanggal 09 Agustus 2019 sampai dengan 18 September 2020 dengan judul penelitian **"Strategi Penetapan Harga Perumahan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Perumahan Istana Tegal Besar Jember Pt Kinansyah Group)"**

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat digunakan kepada yang bersangkutan sebagaimana mestinya.

Jember, 18 September 2020

Divisi Marketing

Ranudirjo Dwi Adi

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id

BIODATA PENELITI

DATA PRIBADI

Nama	: Ulil Absor Rabbani Arifin
NIM	: 083144190
Tempat/Tanggal Lahir	: Jember, 27 November 1995
Alamat	: Dsn. Pandian RT 001 RW 009 Desa Kemunig Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Ekonomi Islam
Program Studi	: Ekonomi Syariah

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK AR-RAHIM Rembangan : 2000-2002
2. SD Al-Baitul Amien Jember : 2002-2008
3. SMP Negeri 1 Jember : 2008-2011
4. SMA Nurul Jadid Probolinggo : 2011-2014
5. IAIN Jember : 2014-2020

digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id • digilib.iain-jember.ac.id