

**PENETAPAN HARGA DI KALANGAN PEDAGANG BUAH  
DI PASAR PETERONGAN JOMBANG TINJAUAN HUKUM ISLAM**

**SKRIPSI**

Oleh:

Almaulal Mahdiyyah

NIM 12220180



**JURUSAN HUKUM BISNIS SYARIAH**

**FAKULTAS SYARI'AH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2016**

**PENETAPAN HARGA DI KALANGAN PEDAGANG BUAH  
DI PASAR PETERONGAN JOMBANG TINJAUAN HUKUM ISLAM**

**SKRIPSI**

Oleh:

Almaulal Mahdyyah

NIM 12220180



**JURUSAN HUKUM BISNIS SYARIAH**

**FAKULTAS SYARI'AH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2016**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, Penulis menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

### **PENETAPAN HARGA DIKALANGAN PEDAGANG BUAH DI PASAR PETERONGAN JOMBANG TINJAUAN HUKUM ISLAM**

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau memindah data milik orang lain. Jika dikemudian hari terbukti disusun orang lain, ada penjiplakan, duplikasi, atau memindah data orang lain, baik secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang saya peroleh karenanya, batal demi hukum.

Malang, 09 Juni 2016

Penulis,



Almaulal Mahdyah  
NIM 12220180

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Almaul Mahdyah NIM : 12220180  
Jurusan Hukum Bisnis Syari'ah Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana  
Malik Ibrahim Malang dengan judul:

**Penetapan Harga Dikalangan Pedagang Buah Di Pasar Peterongan Jombang  
Tinjauan Hukum Islam**

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat  
ilmiah untuk diajukan dan diuji pada Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui  
Ketua Jurusan,  
Hukum Bisnis Syariah



Dr. Mohamad Nur Yasin, S.H., M.Ag

NIP 196910241995031003

Malang, Rabu, 08 Juni 2016  
Dosen Pembimbing Skripsi

Burhanuddin Susanto, S.HI, M.H

NIP 197801302009121002

**PENGESAHAN SKRIPSI**


Dewan Penguji Skripsi saudara Almaulal Mahdyyah, NIM 12220180, mahasiswa Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**PENETAPAN HARGA DI KALANGAN PEDAGANG BUAH  
DI PASAR PETERONGAN JOMBANG TINJAUAN HUKUM ISLAM**

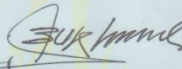
Telah dinyatakan lulus dengan nilai A (Sangat Memuaskan)

Dengan Penguji:


1. Dr. H. Abbas Arfan, Lc., M.H.  
NIP 19721212 200604 1 004

  
( )  
Ketua

2. Burhanuddin Susanto, S.H.I., M.H.  
NIP 19780130 200912 1 002

  
( )  
Sekretaris

3. Dr. Fakhruddin, M.H.I.  
NIP 19740819 200003 1 002

  
( )  
Penguji Utama

Malang, 12 Mei 2016

  
Dekan

Dr. H. Roibin, M.H.I.  
NIP 19681218 199903 1 002

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pertama dan yang paling utama tidak lupa saya mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan kepada kita nikmat berupa kesehatan yang tiada tara tandingannya ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Penetapan Harga Di kalangan Pedagang Buah Di Pasar Peterongan Jombang Tinjauan Hukum Islam” dengan baik. Shalawat dan salam tetap tercurah haturkan kepada revolusioner kita, suri tauladan kita yang patut ditiru yakni Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita nanti-nantikan syafaatnya besok di *yaumul qiyamah*. Beliau yang telah membimbing kita dari zaman yang penuh dengan kedhaliman menuju zaman yang penuh cinta dan penuh terang benderang yakni Islam.

Penyusun Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan sebagai wujud dari partisipasi penulis dalam mengembangkannya, serta mengaktualisasikan ilmu yang telah di peroleh selama menimba ilmu dibangku perkuliahan, sehingga dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, dan juga masyarakat pada umumnya.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu kami dalam menyelesaikan tugas ini, baik



secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena ini, penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih, khususnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Roibin, M.H. I, selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. H. Mohamad Nur Yasin, S.H., M.Ag, selaku Ketua Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Burhanuddin Susanto, S.HI, M.H., selaku dosen pembimbing penulis yang tiada lelah memberikan masukan, kritik, saran dan arahan dalam penulisan Skripsi ini.
5. Ali Hamdan, M.A., Ph.D., selaku dosen wali penulis selama memenuhi kuliah di Fakultas syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terima kasih penulis haturkan kepada beliau yang telah memberikan bimbingan, serta motivasi selama menempuh perkuliahan.
6. Segenap Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah menyampaikan pengajaran, mendidik, membimbing, serta mengamalkan ilmunya dengan ikhlas. Semoga Allah SWT memberikan pahala-Nya kepada beliau semua.
7. Staf serta Karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, penulis ucapkan terima kasih atas partisipasinya dalam penyelesaian Skripsi ini.

8. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada para teman kuliah serta semua pihak yang telah berpartisipasi dalam pelaksanaan penelitian ini yang tidak mungkin kami sebutkan satu persatu.

Penulis sebagai manusia biasa yang takkan pernah luput dari salah dan dosa, menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis sangat mengharap kritik dan saran demi kesempurnaan Skripsi ini.

Malang, 18 Juli 2016

Penulis,

Almaulal Mahdiyyah  
NIM 12220180



## PEDOMAN TRANSLITERASI

### A. Umum

Transliterasi adalah pemindah alihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam *footnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini.

### B. Konsonan

ا	=	tidak dilambangkan	ض	=	dl
ب	=	b	ط	=	th
ت	=	t	ظ	=	dh
ث	=	tsa	ع	=	'(koma
keatas)					menghadap
ج	=	j	غ	=	gh
ح	=	h	ف	=	f
خ	=	kh	ق	=	q
د	=	d	ك	=	k
ذ	=	dz	ل	=	l
ر	=	r	م	=	m
ز	=	z	ن	=	n
س	=	s	و	=	w
ش	=	sy	ه	=	h
ص	=	sh	ي	=	y

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan, namun apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma di atas (’), berbalik dengan koma (‘) untuk pengganti lambing "ع".

### C. Vocal, panjang dan diftong

Setiap penulisan Bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan "a", *kasrah* dengan "i", *dlommah* dengan "u", sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) panjang	=	â	misalnya	قال	menjadi	qâla
Vokal (i) panjang	=	î	misalnya	قيل	menjadi	qîla
Vokal (u) panjang	=	û	misalnya	دون	menjadi	dûna

Khususnya untuk bacaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan "i", melainkan tetap ditulis dengan "iy" agar dapat menggambarkan ya' nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya' setelah *fathah* ditulis dengan "aw" dan "ay". Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw)	=	و	misalnya	قول	menjadi	qawlun
Diftong (ay)	=	ي	misalnya	خير	menjadi	khayrun

### D. Ta'marbûthah (ة)

Ta'marbûthah (ة) ditransliterasikan dengan "t" jika berada di tengah kalimat, tetapi apabila ta'marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "h" misalnya الرسالة للمدرسة menjadi *al-risalat li al-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang

terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlafilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan t yang disambungkan dengan kalimat berikut, misalnya في الله رحمة menjadi *fi rahmatillâh*.

### E. Kata Sandang dan Lafdh al-Jalâlâh

Kata sandang berupa “al” (ال) dalam lafadh jalalâh yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan .....
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan .....
3. *Masyâ' Allah kânâ wa mâlam yasyâ lam yakun*
4. *Billâh 'azza wa jalla*

### F. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambungkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif

Contoh: شيء – syai'un                      أمرت – umirtu

النوء – an-nau'u                      تأخذون – ta'khudzûna

### G. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh: وان الله لهو خير الرازقين - wa innallâha lahuwa khair ar-râziqîn.

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap harus awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh: وما محمد إلا رسول - wa maâ Muhammadun illâ

Rasûl

انّ أول بيت وضع للناس - inna Awwala baitin wudli'a

linnâsi

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh: نصر من الله وفتح قريب - nasrun minallâhi wa fathun qarîb

الله الامر جميعًا - lillâhi al-amru jamî'an

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xvi
HALAMAN MOTTO.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
ملخص البحث.....	xx

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7

F. Definisi Operasional.....	8
G. Sistematika Penulisan.....	10

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Kerangka Teori.....	19
1. Pasar.....	19
a. Definisi Pasar.....	19
b. Macam-Macam Pasar.....	21
c. Ketentuan Pasar Dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.....	29
2. Jual Beli.....	31
a. Definisi Jual Beli.....	31
b. Dasar Hukum.....	31
c. Rukun dan Syarat Jual Beli.....	32
d. Macam-Macam Jual Beli.....	34
3. Penetapan Harga.....	36
a. Definisi Harga.....	36
b. Macam-Macam Harga.....	37
c. Metode Penetapan Harga.....	39
4. Kebijakan Penetapan Harga Oleh Pemerintah.....	42
a. Kebijakan Harga Terendah.....	42

b. Kebijakan Harga Tertinggi.....	43
5. Penetapan Harga Dalam Islam.....	49
a. Definisi.....	49
b. Hukum Penetapan Harga Dalam Islam.....	52
 <b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	54
B. Pendekatan Penelitian.....	54
C. Lokasi Penelitian.....	55
D. Sumber Data.....	55
E. Metode Pengumpulan Data.....	56
F. Metode Pengolahan Data.....	58
 <b>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Pasar Peterongan Jombang.....	61
B. Praktek Penetapan Harga Oleh Pedagang Buah Di Pasar Peterongan Jombang.....	64
C. . Praktek Penetapan Harga Oleh Pedagang Buah Di Pasar Peterongan Jombang Tinjauan Hukum Islam.....	71
 <b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	 <b>81</b>
 <b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	
 <b>RIWAYAT HIDUP</b>	



## Daftar Tabel

Tabel 1.1 Fungsi Pasar.....	21
Tabel 1.2 Jenis Pasar Berdasarkan Strukturnya.....	25
Tabel 1.3 Macam-Macam Jual Beli.....	34
Tabel 1.4 Macam-Macam Harga.....	36
Tabel 1.5 Pedagang Buah Di Pasar Peterongan Jombang.....	63

## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Kondisi Pasar Peterongan Jombang.....	62
Gambar 1.2 Indeks Pengaduan Pasar.....	62
Gambar 1.3 Data Potensi Pasar.....	63

## HALAMAN PERSEMBAHASAN

Segala puji kepada Allah, dengan adanya Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang tua peneliti yaitu almarhum ayah tercinta Ahmad Hamim yang selalu berjuang dan berdoa untukku dan keluarga hingga akhir hayat beliau, ibu tersayang Widji Rahaju yang dengan segala kekuatannya berjuang untuk kami anak-anaknya, mulut ibu yang tak pernah terhenti terucap menyebut namaku, adik-adikku dan keluarga dalam setiap doa panjang yang beliau panjatkan.

Terima kasih juga penulis persembahkan untuk adik-adik tersayang Indah Fatawiyah, Muhammad Arju Ridwan, Sirajul Wahhaj yang selalu menghibur, memberi semangat serta mendukung langkah baik kakaknya hingga semangatku terus berpacu sampai saat ini. Terima kasih untuk pakde, bude, om, tante, kakak dan adik-adik sepupu yang tak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu mendukung penuh langkah baikku. Terima kasih untuk almarhum dan almarhumah kakek, nenek dan keluarga yang lain yang juga dengan jasa mereka terdahulu membuatku mencapai tujuan hingga saat ini.

Terima kasih untuk guru-guru, ustad dan ustadzah, dosen-dosen yang telah membimbing dan selalu memberi nasehat kepadaku. Terima kasih untuk sahabat-sahabatku tersayang yang selalu menemani, memberi semangat dan berjuang bersama menuju cita-cita yang kita impikan. Terima kasih untuk segenap keluarga besar pondok pesantren Darul Ulum Al-Fadholi yang telah mengajarkan begitu banyak pengalaman kepadaku. Terima kasih juga untuk teman-teman yang belum bisa saya sebutkan satu persatu.

Malang, 18 Juli 2016

Almaulal Mahdyah

## Motto

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً

عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”

(An-Nisa` : 29)

## ABSTRAK

Almaulal Mahdyah, 12220180, *Penetapan Harga Di kalangan Pedagang Buah Di Pasar Peterongan Jombang Tinjauan Hukum Islam*. Skripsi, Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing: Burhanuddin Susanto, S.HI, M.H.

---

Kata Kunci: Pedagang, Pasar, Penetapan Harga

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Kegiatan yang paling pokok dilakukan di pasar adalah berdagang. Banyaknya para penjual menuntut para pedagang untuk tetap bersaing secara baik, termasuk pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang. Selain harga dan barang yang beragam, fenomena-fenomena yang janggal juga tidak jarang ditemukan, seperti adanya ketidaksesuaian antara barang dan harga yang diberikan oleh pedagang, gaya berjualan yang unik berupa penyajian objek yang diperjualbelikan sedikit berbeda dengan yang lain ataupun cara penjual mendapat minat pembeli yang menarik.

Dalam penelitian ini, terdapat rumusan masalah yaitu: (1) Bagaimana praktek penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang ? (2) Bagaimana praktek penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang tinjauan hukum Islam.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian empiris atau penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif, wawancara sebagai sumber data primer, dengan lokasi penelitian di Pasar Peterongan Jombang.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang menggunakan penetapan harga biaya plus, penetapan harga Mark-Up, penetapan harga berdasarkan harga pesaing/competitor, dan penetapan harga berdasarkan permintaan. Pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang juga telah memenuhi kriteria etika berdagang yang baik menurut Islam berupa kejujuran, bertanggung jawab, dan amanah. salah satu buktinya adalah mereka memiliki pelanggan yang tetap, dan percaya akan kualitas perdagangan yang mereka lakukan. Sedangkan dalam hal batas pengambilan keuntungan terdapat beberapa pendapat dalam hukum Islam, salah satunya berpendapat tidak ada batas tertentu dalam pengambilan keuntungan, pendapat lain juga mengatakan, tidak ada batasan dalam pengambilan keuntungan, tetapi selanjutnya menjelaskan bahwa keuntungan yang berkah (baik) adalah tidak melebihi sepertiga harga modal. Hal ini sesuai dengan apa yang diterapkan oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang.

## ABSTRACT

Almaulal Mahdyah, 12,220,180, *The Price Fixing Of Fruit Merchantmen in Peterongan Jombang Traditional Market Consideration Islamic Law*. Thesis, Departement Of Bussines Law, Faculty Of Islamic Sharia, Islamic State University Of Malang Maulana Malik Ibrahim, Supervisor: Burhanuddin Susanto, S.HI, M.H.

---

Keywords: Merchant, Traditional Market, Price Fixing

Market is a place for meet between sellers and buyers for doing transaction sell and buy the goods and service. The basic activity in market is trading. A lot of seller demand the merchantmen stay for goods competition, belonging to fruit merchant in Peterongan Jombang traditional market. Besides the multiple of price and the multiple of goods, there are awkward of events also doesn't rare to be found, like in compatibility between the goods and the price that merchant given, the unique selling style or interesting method of seller for get buyer's interest.

This research, there are formulation of the problem, is : (1) how is price fixing practice of fruit merchant in Peterongan Jombang traditional market ? (2) how is price fixing practice of fruit merchant in Peterongan Jombang traditional market consideration of Islamic law ?.

The type of this research is field research with phenomenological descriptive qualitative, interview is primary data source, with place of research in Peterongan Jombang traditional market.

On research result can take conclusion that fruit merchant in Peterongan Jombang traditional market use free plus price fixing, Mark-Up price fixing, competitor price fixing, and appeal price fixing. fruit merchant in Peterongan Jombang traditional market also have fill good business ethics criteria in Islam they are is honesty, responsibility, and trusteeship. One of evidence is they have permanent customer, and believe about their commerce quality. About limit the profit they are some opinion in Islamic Law, one of opinion is nothing limit in profit, other opinion also says, nothing limit in profit, but next explanation say that good profit is not exceed a third of capital price. This statement have appropriate with fruit merchant in Peterongan Jombang traditional market used .

## ملخص البحث

المولى المهديّة، 12220180، التسعير عند فاكهاني في السوق فتيرونجان جومبانق مراجعة الاحكام الإسلامي، البحث، قسم قانون التجارة الشرعية، جامعة مولان مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية بمالانج، المشرف: بورهان الدين سوسامط الما جستي.

الكلمة أساسية: التاجر، السوق، التسعير

السوق يقوّل ملتقى بين بائع والمشتري لعملية التجارة بضاعة و إستحقاق. عملية التي أولى في السوق هي البائع. كثرة من البائع يطالب التاجر ليتسابق في الخير، فيما فيها فاكهاني في السوق فتيرونجان جومبانق. فيما عدا الثمن و البضاعة التي متنوعة، ظاهرة التي غريب لا تندر يتواجدها، مثل غير مناسبة موجودة بين بضاعة و الثمن التي يعطى التاجر، أناقفة البيع التي فذ أو طريقة البائع لنيل يرغب المشتري التي يجتذب.

في هَذَا الْبَحْثِ، يُوجَدُ أسئلة البحث هي: (١) كيف تدرّب التسعير فاكهاني في السوق فتيرونجان جومبانق؟ (٢) كيف تدرّب التسعير فاكهاني في السوق فتيرونجان جومبانق مراجعة الاحكام الإسلامي؟.

انواع في هذا البحث هو بحث الميداني مع مقارنة كيني و صفي، مع المقابلات كمصدر للبيانات الأولية مع مكان البحث في السوق فتيرونجان جومبانق.

استناداً إلى نتائج البحوث يمكن استخلاص استنتاج أن تجار الفاكهة في تسعير السوق الاستفادة من التكلفة جومبانغ بيترونجان بالإضافة إلى التسعير، والتسعير علامة المتابعة استناداً إلى الأسعار المناسبة/المنافس، والتسعير عند الطلب. وكان التجار فاكهة في السوق أيضاً جومبانغ بيترونجان يفي بمعايير أخلاقيات التجارة جيدة وفقاً للنموذج الإسلامي الصدق والمسؤولية والثقة. أحد الإثبات أنهم قد العملاء الذين لا تزال، و نعتقد أنها ستكون نوعية التجارة التي يقومون بها. بينما من حيث حدود الأرباح هناك آراء عدة في الشريعة الإسلامية، واحد منها يحمل أي حد معين في جني الأرباح، آراء أخرى كما قال، لا يكون هناك حدود في جني الأرباح، ولكن كما أوضحت أن الاستفادة النعمة (جيد) لا يتجاوز ثلث سعر رأس المال. وهذا يتوافق مع ما يطبق بالتجار في الفواكه جومبانغ بيترونجان الأسواق.



**BAB I**  
**PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang**

Objek dari ilmu ekonomi adalah konsumen, produsen dan pemerintah. Di mana ke semua objek tersebut akan dipertemukan dalam mekanisme pasar, baik pasar tenaga kerja, pasar barang ataupun pasar modal. Dengan kata lain, mekanisme pasar adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Sehingga dengan adanya transaksi tersebut akan mengakibatkan terjadinya proses transfer barang dan jasa yang dimiliki setiap objek ekonomi tersebut. Dengan kata lain, adanya transaksi pertukaran yang kemudian disebut sebagai perdagangan adalah satu syarat utama dari berjalannya mekanisme pasar.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Adiwarman A.Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h 13



Pasar secara sederhana merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa.<sup>2</sup> Pasar dibedakan menjadi pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Pasar persaingan sempurna adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dengan penawaran dimana jumlah pembeli dan penjual sedemikian rupa banyaknya atau tidak terbatas. Sedangkan pasar persaingan tidak sempurna adalah meliputi monopoli, oligopoli dan monopolistik.<sup>3</sup> Dalam pasar persaingan sempurna para pedagang akan bersaing dengan pedagang yang lainnya.

Persaingan usaha terbagi atas persaingan usaha yang sehat dan persaingan usaha tidak sehat. Persaingan usaha di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam undang-undang tersebut dijelaskan bahwa penetapan harga adalah perjanjian oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.<sup>4</sup> Dalam definisi lain dikatakan bahwa salah satu perjanjian yang dilarang yaitu penetapan harga (*price fixing*), yaitu perjanjian di antara pelaku usaha yang seharusnya bersaing, sehingga terjadi koordinasi (kolusi) untuk mengatur harga.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), h 205

<sup>3</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, h 207

<sup>4</sup> Pasal 5 ayat 1 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817)

<sup>5</sup> Prathama Rahardja, *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar* (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006), h. 205

Praktik dagang yang mengarah pada pasar monopolistik ataupun oligopoli dengan konsentrasi yang tinggi, di negara liberal sekalipun banyak dilarang. Pola dagang yang demikian dapat menimbulkan dampak negatif pada konsumen dan perekonomian secara keseluruhan. Oleh karena itu, di beberapa negara, dan juga PBB mengatur secara tegas praktik-praktik bisnis yang dapat mengarah kepada persaingan yang tidak fair. Di Amerika Serikat, ada Sherman Act yang secara tegas melarang praktik kerja sama ataupun persekongkolan yang mengekang perdagangan. Di Thailand, perundang-undangan mereka tentang penetapan harga dan anti monopoli (1979) juga menegaskan larangan tentang kolusi bisnis, kesepakatan harga jual secara bersama, ataupun membagi-bagi dan mengalokasikan wilayah distribusi produknya. Ketentuan senada juga sejak lama ada di Negara-negara Australia ataupun negara Eropa Barat.<sup>6</sup>

Beberapa ayat tentang harga juga telah disebutkan dalam al-Quran, salah satunya adalah :

وَأَمِنُوا بِمَا أَنْزَلْتُ مُصَدِّقًا لِمَا مَعَكُمْ وَلَا تَكُونُوا أَوَّلَ كَافِرٍ بِهِ وَلَا تَشْتَرُوا بِآيَاتِي ثَمَنًا قَلِيلًا  
وَإِيَّايَ فَاتَّقُونِ

*“Berimanlah kalian kepada apa yang telah Aku turunkan (al-Quran) yang membenarkan apa yang ada pada kalian (Taurat). Janganlah kalian menjadi orang yang pertama kafir kepadanya dan janganlah kalian menukar ayat-ayat-Ku dengan harga yang rendah. Hanya kepada Akulah kalian harus bertakwa”<sup>7</sup>*

<sup>6</sup> Edi Suandi Hamid, *Perekonomian Indonesia : Masalah dan Kebijakan Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), h 200-201

<sup>7</sup> QS. Al-Baqarah (2) : 41

Dalam sebuah hadist dikatakan

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ ، قَالَ: غَلَا السَّعْرُ بِالْمَدِينَةِ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ ، فَقَالَ النَّاسُ : يَا رَسُولَ اللَّهِ ، غَلَا السَّعْرُ ، فَسَعِّرْنَا ، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ : إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَاقُ ، إِنِّي لِأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ ، عَزَّ وَجَلَّ ، وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ.

Diriwayatkan dari Anas RA, pernah terjadi pada masa Rasulullah SAW, harga-harga barang naik di kota Madinah, kemudian para sahabat meminta Rasulullah SAW menetapkan harga. Maka Rasulullah bersabda: *Sesungguhnya Allah SWT Dzat Yang Maha Menetapkan harga, yang Yang Maha Memegang, Yang Maha Melepas, dan Yang Memberikan rezeki. Aku sangat berharap bisa bertemu Allah SWT tanpa seorang pun dari kalian yang menuntutku dengan tuduhan kedzaliman dalam darah dan harta.*<sup>8</sup>

Kegiatan yang paling pokok dilakukan di pasar adalah berdagang. Untuk itu pemerintah telah mengatur hal tersebut dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Salah satu yang termuat dalam undang-undang tersebut adalah mengatur kewajiban pemerintah dan pelaku usaha dalam kegiatan perdagangan. Secara garis besar pelaku usaha dalam perdagangan wajib melakukan kegiatannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan serta etika ekonomi dan bisnis dalam rangka tertib usaha.<sup>9</sup> Sedangkan kewajiban pemerintah dalam perdagangan salah satunya adalah menetapkan kebijakan dalam perdagangan, mengendalikan stabilitas

---

<sup>8</sup> (HR. Anas RA)

<sup>9</sup> Pasal 10 Undang-Undang No.7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512)

harga, melakukan pengawasan di bidang perdagangan, dan lain-lain.<sup>10</sup> Hal ini dimaksudkan demi menjaga kestabilan harga dan melindungi konsumen.<sup>11</sup>

Selain tertuang dalam undang-undang tentang perdagangan, teks-teks al-Qur'an juga memberikan stimulasi imperatif untuk berdagang, di lain pihak juga mencerahkan aktifitas tersebut dengan sejumlah rambu atau aturan main yang bisa diterapkan di pasar dalam upaya menegakkan kepentingan semua pihak, baik individu ataupun kelompok.<sup>12</sup> Sedangkan salah satu kegiatan perdagangan adalah menentukan harga untuk barang dagangannya. Menetapkan harga berarti bagaimana mempertautkan produk dengan aspirasi sasaran pasar, yang berarti pula harus mempelajari kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen.

Beberapa metode yang diperbolehkan dalam menentukan harga adalah pendekatan biaya (*Cost Oriented Pricing*) yakni harga jual produk ditetapkan melalui biaya-biaya produksi barang dan menambahkan presentasi tertentu sebagai laba, dan pendekatan pasar atau pesaing yakni harga jual produk ditetapkan berdasarkan harga produk pesaing. Sedangkan dalam Islam penentuan harga oleh pedagang yang diperbolehkan adalah tidak mengandung unsur *gharar*, *gambling* dan *maysir*, transaksi *al-Ghaban* yaitu suatu transaksi jual beli yang dilakukan di bawah atau di atas harga yang sebenarnya.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> Pasal 93 Undang-Undang No.7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512)

<sup>11</sup> Undang-undang No.7 tahun 2014 tentang perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512)

<sup>12</sup> Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007, h. 158

<sup>13</sup> Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, h. 176

Pasar Peterongan Jombang adalah salah satu pasar tradisional di kota Jombang. Banyaknya para penjual membuat daya tarik tersendiri bagi calon pembeli. Menurut data yang didapat, selain dari penduduk asli daerah Peterongan Jombang, ada juga pembeli dari lain kota yang sengaja berlangganan di Pasar Peterongan Jombang. Karena letaknya yang strategis dan banyaknya pengunjung, pemerintah terus berusaha meningkatkan mutu Pasar Peterongan Jombang. Begitupun yang dilakukan para pedagang di Pasar Peterongan Jombang, mereka berusaha meningkatkan kualitas penjualan mereka. Walaupun rata-rata para pedagang sudah mempunyai pelanggan tetap, tetapi banyaknya pesaing menuntut mereka untuk tetap bersaing secara baik.

Selain harga dan barang yang beragam, fenomena-fenomena yang janggal juga tidak jarang ditemukan, seperti adanya ketidaksesuaian antara barang dan harga yang diberikan oleh pedagang, gaya berjualan yang unik berupa penyajian objek yang diperjualbelikan sedikit berbeda dengan yang lain ataupun cara penjual mendapat minat pembeli yang menarik. Yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah para pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang, karena merekalah yang terlihat memiliki fenomena-fenomena unik tersebut. Selanjutnya peneliti ingin mengetahui sejauh mana praktek penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang, yang kemudian menjadikan hukum islam sebagai batasan praktek penetapan harga tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana praktek penetapan harga oleh pedagang buah di pasar Peterongan Jombang ?
2. Bagaimana praktek penetapan harga oleh pedagang buah di pasar Peterongan Jombang tinjauan hukum Islam ?

## **C. Batasan Masalah**

Supaya tetap dalam lingkup penelitian dan supaya pembahasan tidak meluas kesegala arah, maka dibutuhkan adanya batasan masalah. Dalam penelitian kali ini peneliti membatasi masalah terkait penetapan harga yang diterapkan oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang perspektif hukum islam.

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti bertujuan untuk menjawab permasalahan yang muncul mengenai beberapa hal :

1. Untuk mengetahui praktek penetapan harga oleh pedagang buah di pasar Peterongan Jombang.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum islam terkait praktek penetapan harga oleh pedagang buah di pasar Peterongan Jombang.

## **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini, yaitu :

1. Secara teoritis
  - a. Menambah, memperdalam, serta memperluas keilmuan mengenai penetapan harga menurut hukum Islam.

- b. Digunakan sebagai landasan bagi penelitian selanjutnya yang sejenis dimasa yang akan datang.

## 2. Secara praktis

- a. Memberikan wawasan atau pengetahuan dan pengalaman praktis dibidang penelitian mengenai penetapan harga menurut hukum Islam (studi pada pedagang buah) .
- b. Hasil penelitian ini sangat bermanfaat bagi peneliti karena dapat memberi wawasan baru dan pengalaman, serta bermanfaat bagi mahasiswa-mahasiswi fakultas syariah.
- c. Penelitian ini diharapkan agar bermanfaat bagi pihak-pihak yang ada di dalam transaksi jual-beli baik penjual, pembeli maupun pemerintah serta masyarakat yang ingin bergelut dibidang usaha perdagangan. Dengan syarat melakukan jual-beli dengan pengaturannya sesuai prosedur yang ditetapkan.

## **F. Definisi Operasional**

Diuraikannya definisi operasional adalah agar pembaca memahami lebih detail tentang isi dari judul yang diambil oleh peneliti, dan untuk menghindari kesalahan dalam mengartikan setiap kata dari judul penelitian ini.

1. Pasar secara umum adalah tempat atau keadaan mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya. Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja,



modal dan barang baku produksi baik untuk memproduksi barang maupun jasa.<sup>14</sup>

2. Perdagangan atau perniagaan pada umumnya adalah pekerjaan membeli barang dari suatu tempat dan suatu waktu dan menjual barang tersebut di tempat dan waktu lainnya untuk memperoleh keuntungan.<sup>15</sup>
3. Penetapan harga secara umum adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang di hasilkan.<sup>16</sup>
4. Penetapan harga dalam pandangan islam adalah suatu pengaturan harga, hal ini diperlukan bila kondisi pasar tidak menjamin adanya keuntungan disalah satu pihak. Pemerintah harus mengatur harga, misalnya bila ada kenaikan harga barang diatas kemampuan masyarakat maka pemerintah melakukan pengaturan dengan operasi pasar. Sedangkan, bila harga terlalu turun merugikan produsen, pemerintah meningkatkan pembelian atas produk produsen tersebut dari pasar. Peran pemerintah tersebut berlaku disaat ada masalah-masalah yang ekstrem sehingga pemerintah perlu memantau kondisi pasar setiap saat guna melihat kemungkinan diperlukannya pengaturan harga.<sup>17</sup> Sedangkan penetapan harga yang dimaksud disini adalah penetapan harga oleh pedagang itu sendiri, dalam

---

<sup>14</sup> Adiwarmarman A.Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 6

<sup>15</sup> "Majalah Pengusaha Muslim", [http://Majalah Pengusaha Muslim](http://MajalahPengusahaMuslim) Edisi 6 Volume 1, diakses tanggal 1 Mei 2016.

<sup>16</sup> N. Gregory Mankiw, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2003), Hal. 138

<sup>17</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), h. 205-206

hal ini peneliti mengutip dua tokoh fiqih Islam yaitu Wahbah al-Zuhaili dan Ibnu al-Arabi

#### **G. Sistematika Penulisan**

Penulisan penelitian ini disusun dalam lima bab dan tiap bab dibagi menjadi beberapa sub-bab. Adapun sistematika untuk setiap bab adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan yang memaparkan latar belakang pengambilan penelitian untuk mengetahui alasan pengambilan penelitian ini, rumusan masalah agar permasalahan yang diteliti lebih fokus, tujuan dari penelitian ini sendiri, batasan masalah agar pembahasan tidak bercabang kesegala arah, manfaat penelitian, pemaparan definisi operasional, dan yang terakhir sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan pustaka yang termuat di dalamnya adalah penelitian terdahulu sebagai wacana pembeda antara penelitian ini dengan beberapa penelitian yang pernah dibahas dan kerangka teori. Pada kerangka teori akan dijelaskan teori pasar yang meliputi definisi dan macam-macam pasar, teori tentang jual beli yang meliputi definisi, dasar hukum dan syarat-syarat jual beli, teori tentang penetapan harga yang meliputi penetapan harga oleh pemerintah, juga akan dijelaskan tentang penetapan harga dalam pandangan islam.

BAB III Metode Penelitian yaitu tata cara pengambilan keputusan dalam penelitian, yang termuat didalamnya jenis penelitian untuk mengetahui bentuk dari penelitian, pendekatan penelitian sebagai acuan dalam pengambilan langkah selanjutnya dalam penelitian, lokasi penelitian yaitu lokasi Pasar

Peterongan Jombang, jenis dan sumber data yang menjelaskan literatur-literatur sebagai pedoman peneliti dalam penelitian ini, peneliti juga akan menjelaskan bagaimana cara dia memperoleh bahan-bahan penelitian melalui metode pengumpulan data, yang terakhir akan diuraikan metode pengolahan data.

BAB IV Pada bab ini akan diuraikan tentang analisis penetapan harga menurut hukum islam melalui pendekatan hukum islam yang di dalamnya termuat gambaran umum pasar Peterongan Jombang, Praktek penetapan harga oleh pedagang buah di pasar Peterongan Jombang. Disini peneliti juga akan menganalisis tinjauan hukum islam terkait penetapan harga oleh pedagang buah di pasar peterongan jombang.

BAB V Penutup yang terdiri dari kesimpulan dari hasil analisis pada bab-bab sebelumnya yang merupakan inti dari keseluruhan isi dari penelitian dan dikemukakan beberapa saran yang relevan dengan analisis.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Untuk menghindari terjadinya pengulangan pembahasan maupun penelitian, dan bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya, maka diperlukan beberapa wacana tentang penelitian terdahulu. Beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian ini seperti:

1. Penelitian tentang sistem penetapan harga oleh penjual telah banyak dilakukan. Adapun penelitian yang terkait tema ini diantaranya adalah skripsi oleh Ely Nur Jaliyah dengan judul *Pandangan Hukum Islam Terhadap Penetapan Dalam Jual Beli Di Rumah Makan Prasmanan Pendowo Limo Jl. Bima Sakti No.37 Sapen Yogyakarta*. Penelitian yang ditulis tahun 2010 ini

difokuskan pada penulisan dua pertanyaan: pertama, penetapan harga dalam jual beli di rumah makan Pendowo Limo; kedua, pandangan hukum islam terhadap praktek penetapan harga makanan di rumah makan Pendowo Limo. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Beberapa hal yang melatar belakangi Ely untuk melakukan penelitian terhadap proses penetapan harga jual beli di rumah makan Pendowo Limo antara lain karena jual beli tersebut tergolong sesuatu yang unik, karena pembeli mengambil makan sendiri, dan rumah makan Pendowo Limo ramai dikunjungi dari berbagai macam kalangan, mulai dari pegawai sampai mahasiswa.

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) kualitatif. Sifat penelitiannya bersifat deskriptif analitik, yaitu tentang penetapan harga jual beli di rumah makan Pendowo Limo selanjutnya menganalisa hasil penelitian. Pendekatan masalah yang digunakan adalah pendekatan normatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Dari penelitian dan analisis ini dapat disimpulkan bahwasanya mekanisme penetapan harga di rumah makan prasmanan Pendowo Limo menggunakan metode penetapan harga berbasis harga, yang mencerminkan konsep penetapan harga yang baik, yaitu penjual menetapkan harga berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu

sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung. Sedangkan menurut hukum islam, penetapan harga di rumah makan Pendowo Limo sudah sesuai dengan hukum Islam karena kebijakan menetapkan harga yang dibuat oleh pengelola rumah makan Pendowo Limo termasuk strategi pemasaran dalam berusaha. Mengenai harga yang disamakan dalam hal pengambilan porsi makan yang banyak dengan porsi makan yang sedikit itu merupakan strategi dalam berdagang agar dapat menarik para pembeli, selama tidak ada kecurangan dan antara penjual dan pembeli tidak ada unsur keterpaksaan maka dibolehkan.<sup>18</sup>

2. Penelitian oleh Roy Surya Satriawan, mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Bina Nusantara, dengan judul *Analisa Metode dan Strategi Penetapan Harga Di PT.Sagateknindo Sejati Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. Penelitian ini guna mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dalam penetapan harga, metode dan strategi penetapan harga apa saja yang digunakan serta bagaimana pengaruhnya terhadap volume penjualan yang terjadi di PT. Sagateknindo Sejati. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data melalui wawancara dan observasi. Landasan teori yang digunakan adalah metode penetapan harga yaitu penetapan harga mark up, Break Even Point, penetapan harga

---

<sup>18</sup>Ely Nur Jaliyah, *Pandangan Hukum Islam Terhadap Penetapan Dalam Jual Beli Di Rumah Makan Prasmanan Pendowo Limo Jl. Bima Sakti No.37 Sapen Yogyakarta*, skripsi (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2010)

berdasarkan nilai yang diyakini, penetapan harga berdasarkan nilai yang berlaku dan penetapan harga penawaran tertutup. Dan juga 8 strategi penetapan harga yaitu strategi penetapan harga baru, strategi penetapan harga produk yang sudah mapan, strategi fleksibilitas harga, strategi penetapan harga lini produk, strategi leasing, strategi bundling pricing, strategi kepemimpinan harga dan strategi harga untuk membentuk pangsa pasar. Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga di PT. Sagateknindo Sejati adalah faktor internal (tujuan perusahaan dan biaya) dan faktor eksternal (persaingan). Metode penetapan harga yang digunakan adalah mark up pricing dan metode harga berbasis persaingan, sedangkan strategi yang dilakukan yaitu strategi penetapan harga fleksibel dan harga tunggal. Mengenai pengaruhnya terhadap volume penjualan, harga mempunyai pengaruh yang signifikan, dimana datanya diolah dengan menggunakan program SPSS. Dari kesimpulan tersebut, saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah agar perusahaan lebih memperhatikan faktor internal dan faktor eksternal dalam menetapkan harga serta metode dan strategi penetapan harga yang telah digunakan agar dipertahankan, karena sudah cukup baik dalam menghadapi persaingan yang terjadi. Pada akhirnya hasil penelitian tersebut diharapkan dapat memberi

informasi yang akurat bagi manajemen sehingga dapat berguna dalam proses pengambilan keputusan.<sup>19</sup>

No	Nama, Tahun, dan PT	Judul	Jenis Penelitian	Permasalahan	Hasil Penelitian
1	Ely Nurjalijah, 2010, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Pandangan Hukum Islam Terhadap Penentuan Harga Dalam Jual Beli di Rumah Makan Prasmanan Pendowo Limo Jl. Bima Sakti No.37 Sapen Yogyakarta	Penelitian lapangan, kualitatif dengan menggunakan pendekatan normative, pengumpulan data observasi, wawancara.	Penentuan harga pada jual beli makanan yang mengandung unsur ketidakadilan antara pembeli yang satu dengan pembeli yang lainnya, yaitu menetapkan harga yang sama dalam porsi makan yang mengambil makan sendiri atau disebut juga prasmanan	Berdasarkan hasil penelitian mekanisme penentuan harga di rumah makan prasmanan pendowo limo menggunakan metode penentuan harga berbasis harga, yang mencerminkan konsep penentuan harga yang baik, yaitu penjual menetapkan harga berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung. Sedangkan menurut hukum islam penentuan harga

<sup>19</sup>Roy Surya Satriawan, *Analisa Metode dan Strategi Penetapan Harga Di PT.Sagateknindo Sejati Dalam Meningkatkan Volume Penjualan* (Jakarta, 2004)



					sudah sesuai dengan hukum islam karena kebijakan menetapkan harga yang dibuat oleh pengelola rumah makan termasuk strategi pemasaran dalam berusaha
2	Roy Surya Satriawan, 2004, Universitas Bina Nusantara	Analisa Metode dan Strategi Penetapan Harga Di PT. Sagateknindo Sejati Dalam Meningkatkan Volume Penjualan	Penelitian lapangan, dengan mengumpulkan data-data melalui wawancara dan observasi	Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penetapan harga, metode dan strategi penetapan harga apa saja yang digunakan serta bagaimana pengaruhnya terhadap volume penjualan yang terjadi di PT. Sagateknindo Sejati	Bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga PT. Sagateknindo Sejati adalah faktor internal (tujuan perusahaan dan biaya) dan faktor eksternal (persaingan). Metode penetapan harga yang digunakan adalah mark up pricing dan metode harga berbasis persaingan, sedangkan strategi yang dilakukan yaitu strategi penetapan harga fleksibel dan harga tunggal. Mengenai pengaruhnya terhadap

					<p>volume penjualan, harga mempunyai pengaruh yang signifikan, dimana datanya diolah dengan menggunakan program SPSS.</p>
--	--	--	--	--	---



## B. Kerangka Teori

### 1. Pasar

#### a. Definisi Pasar

Pasar adalah merupakan proses hubungan timbal balik antara penjual dan pembeli untuk mencapai kesepakatan harga dan jumlah suatu barang/jasa yang diperjual belikan. Alasannya tempat bertemunya penjual dan pembeli tersebut bisa dimana saja. Hal ini berarti yang membedakan pasar dan bukan pasar adalah kegiatan yang dilakukan yaitu transaksi jual beli.<sup>20</sup>

Syarat-syarat pasar meliputi: (1) Adanya penjual; (2) adanya pembeli; (3) adanya barang atau jasa yang diperjual belikan; (4) terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli.<sup>21</sup> Sedangkan faktor-faktor yang menentukan pasar yaitu:

#### (1) Jumlah penjual/produsen

Jumlah produsen akan menentukan jumlah penjual dalam suatu industry/pasar. Semakin banyak produsen memproduksi barang yang sama maka akan semakin keras persaingan dalam pasar.

#### (2) Jenis/sifat barang

Sifat atau jenis barang juga mempengaruhi struktur pasar.

Misalnya barang yang dihasilkan sama atau malah berbeda dan

---

<sup>20</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2015), h. 148

<sup>21</sup> Herlan Firmansyah, *IPS SMP/MTS kelas VIII* (Jakarta: Djatmika, 2009), h. 125

tidak dapat diganti dengan produk yang dihasilkan oleh produsen lain.<sup>22</sup>

### Fungsi Pasar

No	Fungsi Pasar	
1	Fungsi distribusi	Dalam kegiatan distribusi, pasar berfungsi mendekatkan jarak antara konsumen dengan produsen dalam melaksanakan transaksi. Dalam fungsi distribusi, pasar berperan memperlancar penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.
2	Fungsi pembentukan harga	Pasar berfungsi sebagai pembentuk harga pasar, yaitu kesepakatan harga antara penjual dan pembeli.
3	Fungsi promosi	Pasar merupakan sarana paling tepat untuk ajang promosi. Pelaksanaan promosi dapat dilakukan dengan cara memasang spanduk, membagikan brosur, membagikan sampel, dan lain-lain.
4	Mengorganisasikan produksi	Barang dan jasa di pasar akan terjual jika harganya dianggap murah oleh konsumen. Oleh karena itu, produsen selalu menerapkan metode produksi

<sup>22</sup> Soeharno, *Teori Mikro Ekonomi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), h. 121-122

	yang dapat menekankan biaya produksi untuk menghasilkan produk yang harganya murah. Menyediakan barang dan jasa untuk keperluan masa depan. Pasar menjadi salah satu tempat menyimpan stok barang untuk keperluan dikemudian hari. <sup>23</sup>
--	--

Tabel 1.1

b. Macam-Macam Pasar

(1) Berdasarkan jenis barang yang diperjualbelikan

(a) Pasar barang konsumsi

Pasar barang konsumsi memiliki ciri barang yang diperjualbelikan adalah barang-barang siap pakai atau barang jadi seperti makanan, minuman, pakaian, sepeda, dan barang-barang kebutuhan hidup lainnya. Pasar seperti ini sangat diperlukan oleh produsen untuk menjual hasil produksinya. Contoh pasar barang konsumsi adalah pasar swalayan yang menjual aneka kebutuhan pokok.

(b) Pasar barang produksi

Pasar yang memperjualbelikan barang produksi atau faktor-faktor produksi yang memiliki ciri barang yang diperjualbelikan berupa sumber daya yang berguna bagi kelancaran proses produksi misalnya pasar bibit ikan, pasar mesin-mesin pabrik, bursa tenaga kerja, pasar modal.

<sup>23</sup> Herlan Firmansyah, *IPS SMP/MTS kelas VIII*, h. 126

(2) Berdasarkan luas jangkauannya

(a) Pasar lokal

Pasar yang daerah pemasarannya hanya meliputi daerah tertentu, barang yang diperjualbelikan adalah barang kebutuhan masyarakat disekitarnya.

(b) Pasar nasional

Pasar yang daerah pemasarannya meliputi wilayah satu Negara, barang yang diperjualbelikan adalah barang yang dibutuhkan masyarakat Negara tersebut.

(c) Pasar regional

Pasar yang daerah pemasarannya meliputi beberapa Negara di wilayah tertentu dan biasanya didukung dengan perjanjian kerjasama misalnya AFTA di wilayah Asia Tenggara.

(d) Pasar internasional

Pasar yang daerah pemasarannya meliputi seluruh kawasan dunia, barang yang diperjualbelikan adalah barang yang dibutuhkan semua masyarakat dunia.<sup>24</sup>

(3) Berdasarkan waktu terjadinya

(a) Pasar harian

Pasar yang melakukan aktivitas setiap hari. Misalnya pasar pagi, toserba, dan warung-warung.

---

<sup>24</sup> Putri Annisa, "Jenis-Jenis Pasar", <http://jenis-jenis-pasar.Wordpress:Putriiannisa/2009>, diakses tanggal 2 Februari 2016

(b) Pasar mingguan

Pasar yang melakukan aktivitas setiap satu minggu sekali.

Misalnya pasar senin atau pasar minggu yang ada di daerah pedesaan.

(c) Pasar bulanan

Pasar yang melakukan aktivitas setiap satu bulan sekali.

Dalam aktivitasnya bisa satu hari atau lebih. Misalnya, pasar yang biasa terjadi di depan kantor-kantor tempat pensiunan atau purnawirawan yang mengambil uang tunjangan pensiunannya tiap awal bulan.

(d) Pasar tahunan

Pasar yang melakukan aktivitas setiap satu tahun sekali.

Kejadian pasar ini biasanya lebih dari satu hari, bahkan bisa mencapai lebih dari satu bulan. Misalnya Pekan Raya Jakarta, pasar malam, dan pameran pembangunan.

(e) Pasar temporer

Pasar yang dapat terjadi sewaktu-waktu dalam waktu yang tidak tentu (tidak rutin) pasar ini biasanya terjadi pada peristiwa tertentu. Misalnya pasar murah, bazar, dan pasar karena ada perayaan kemerdekaan RI.

(4) Berdasarkan sifatnya

(a) Pasar nyata

Pasar nyata adalah pasar dimana barang-barang yang akan diperjualbelikan dan dapat dibeli oleh pembeli. Contoh pasar tradisional dan pasar swalayan.

(b) Pasar abstrak

Pasar abstrak adalah pasar dimana para pedagangnya tidak menawarkan barang-barang yang akan dijual dan tidak membeli secara langsung tetapi hanya dengan menggunakan surat dagangannya saja. Contoh pasar online, pasar saham, pasar modal dan pasar valuta asing.<sup>25</sup>

(5) Berdasarkan cara transaksinya

(a) Pasar tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisional dimana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung.

(b) Pasar modern

Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern dimana barang-barang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri. Tempat berlangsungnya pasar ini adalah di mal, plaza, dan tempat-tempat modern lainnya.

(6) Berdasarkan hubungannya dengan proses produksi

(a) Pasar *output* (pasar produk)

Pasar yang memperjualbelikan barang-barang hasil produksi (biasanya dalam bentuk jadi).

(b) Pasar *input* (pasar faktor produksi)

Interaksi antara permintaan dan penawaran terhadap barang dan jasa sebagai masukan pada suatu proses produksi

---

<sup>25</sup> Rito Kurniawan, "Jenis-Jenis dan Struktur Pasar", <http://jenis-jenis-dan-struktur-pasar.wordpress.com/2012/>, diakses tanggal 12 Mei 2016.



(sumber daya alam, berupa bahan tambang, hasil pertanian, tanah, tenaga kerja, dan barang modal).

(7) Berdasarkan strukturnya

No	Jenis pasar berdasarkan strukturnya	
1	Pasar persaingan sempurna	<p>Pasar persaingan sempurna merupakan struktur pasar atau industry dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual ataupun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar.<sup>26</sup> Ciri-ciri pasar persaingan sempurna :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Banyak dalam penjual/produsen</li> <li>b. Barang yang dijual homogeny</li> <li>c. Setiap perusahaan bebas masuk dalam pasar</li> <li>d. Penjual dan pembeli secara individu tidak dapat mempengaruhi harga</li> <li>e. Harga ditentukan melalui pasar (permintaan dan penawaran)</li> </ol>

<sup>26</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar ed 3* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 231

			f. Penjual/pembeli mengetahui sepenuhnya informasi pasar <sup>27</sup>
2	Pasar persaingan tidak sempurna	Pasar monopoli	<p>Monopoli adalah suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu perusahaan saja. Dan perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat. Ciri-ciri pasar monopoli:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pasar monopoli adalah industry satu perusahaan</li> <li>b. Tidak mempunyai barang pengganti yang mirip</li> <li>c. Tidak terdapat kemungkinan untuk masuk ke dalam industry</li> <li>d. Dapat mempengaruhi penentuan harga</li> <li>e. Promosi iklan kurang diperlukan</li> </ul>
		Pasar persaingan monopolistik	Pasar monopolistik adalah pasar yang berada di antara dua jenis pasar yang ekstrim, yaitu persaingan

<sup>27</sup> Soeharno, *Teori Mikro Ekonomi*, h. 122

		<p>sempurna dan monopoli. Dapat didefinisikan suatu pasar dimana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang yang berbeda corak. Ciri-ciri persaingan monopolistik :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Terdapat banyak penjual</li> <li>b. Barangnya berbeda corak</li> <li>c. Perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan mempengaruhi harga</li> <li>d. Kemasukan ke dalam industry relative mudah</li> <li>e. Persaingan promosi penjualan sangat aktif.<sup>28</sup></li> </ul>
	<p>Pasar oligopoli</p>	<p>Pasar oligopoli adalah pasar yang terdiri dari hanya beberapa produsen saja. Adakalanya pasar oligopoli terdiri dari dua perusahaan saja yang dinamakan pasar duopoli. Pasar oligopoli hanya terdiri dari sekelompok kecil perusahaan. Biasanya terdapat perusahaan raksasa yang menguasai sebagian</p>

<sup>28</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar ed 3*, h. 297-298

	<p>besar pasar oligopoli katakanlah 70-80 persen dari seluruh produksi atau nilai penjualan dan di samping itu terdapat pula beberapa perusahaan kecil. Beberapa perusahaan dapat mempengaruhi perusahaan-perusahaan lain. Sifat saling mempengaruhi ini merupakan sifat yang khusus dari perusahaan dalam pasar oligopoli yang tidak terdapat dalam bentuk pasar lainnya.<sup>29</sup></p> <p>Ciri-ciri pasar oligopoli:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Menghasilkan barang standart maupun barang berbeda corak</li> <li>b. Kekuasaan menentukan harga adaalanya lemah dan adakalanya sangat tangguh</li> <li>c. Pada umumnya perusahaan oligopoli perlu melakukan promosi secara iklan</li> </ol>
--	---

Tabel 1.2

<sup>29</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar ed 3*, h. 314-324

c. Ketentuan Pasar Dalam Undang-Undang No.7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Pasar merupakan sarana perdagangan bagi masyarakat, hal ini dijelaskan dalam Pasal 12 ayat (1) “Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan/atau Pelaku Usaha secara sendiri-sendiri atau bersama-sama mengembangkan sarana Perdagangan berupa:

- Pasar rakyat;
- Pusat perbelanjaan;
- Toko swalayan;
- Gudang;
- Perkulakan;
- Pasar lelang komoditas;
- Pasar berjangka komoditi; atau
- Sarana Perdagangan lainnya.”

Menurut Pasal 13 peran Pemerintah dan Pemerintah Daerah adalah:

(1) Pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar rakyat dalam rangka peningkatan daya saing.

(2) Pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar rakyat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dalam bentuk: (a) pembangunan dan/atau revitalisasi Pasar rakyat; (b) implementasi manajemen pengelolaan yang profesional; (c) fasilitasi akses penyediaan Barang dengan mutu

yang baik dan harga yang bersaing; dan/atau (d) fasilitasi akses pembiayaan kepada pedagang Pasar di Pasar rakyat.

Pengembangan pasar dalam negeri menjadi salah satu kebijakan pemerintah dalam mengatur kegiatan perdagangan dalam negeri sebagaimana disebutkan dalam pasal 5 ayat (2) “Kebijakan dan pengendalian Perdagangan Dalam Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diarahkan pada:

- peningkatan efisiensi dan efektivitas Distribusi;
- peningkatan iklim usaha dan kepastian berusaha;
- pengintegrasian dan perluasan Pasar dalam negeri;
- peningkatan akses Pasar bagi Produk Dalam Negeri; dan
- perlindungan konsumen.”

## 2. Jual Beli

### a. Definisi Jual Beli

Jual beli atau perdagangan dalam istilah fiqh disebut *al-ba`i* yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Wahbah al-Zuhaily mengartikan secara bahasa dengan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Kata *al-ba`i* dalam Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *al-Syira`* (beli). Dengan demikian, kata *al-ba`i* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Wahbah Al-Zuhaily, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh* (Damaskus, 2005), juz 4

Jual beli adalah pertukaran harta dengan harta dengan cara tertentu.<sup>31</sup> Secara terminologi jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara ridha diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara` dan disepakati.<sup>32</sup>

#### b. Dasar Hukum

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَحَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ  
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ  
مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ  
فِيهَا خَالِدُونَ

#### Artinya

*“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”<sup>33</sup>*

<sup>31</sup> Veithzal Rifai, dkk, *Islamic Transaction Law In Business Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), h. 38

<sup>32</sup> “Majalah Pengusaha Muslim”, <http://MajalahPengusahaMuslim> Edisi 6 Volume 1, diakses tanggal 1 Mei 2016.

<sup>33</sup> QS. Al-Baqarah (2) : 275

أَنَّ النَّبِيَّ ﷺ سُئِلَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya

“Sesungguhnya Nabi Muhammad SAW, pernah ditanya tentang usaha apa yang paling baik; nabi berkata: “Usaha seseorang dengan tangannya dan jual beli yang mabrur.”<sup>34</sup>

Dari kandungan ayat Al-quran dan sabda Rasul diatas, para ulama fiqh mengatakan bahwa hukum asal dari jual beli yaitu *mubah* (boleh).<sup>35</sup>

### c. Rukun dan Syarat Jual Beli

Rukun jual beli, yaitu : (1) Penjual, (2) pembeli, (3) barang yang dijual, (4) harga, (5) *Sighah*, yaitu *ijab* dan *qabul*<sup>36</sup>. Adapun syarat jual beli adalah sebagai berikut :

(1) Syarat bagi penjual dan pembeli, hendaknya :

(a) Diantara mereka dapat dipertanggungjawabkan, yaitu sempurna akal pikiran, cukup umur dan pintar.

(b) Tidak ada rintangan dalam mengurus muamalat

(c) Atas dasar suka sama suka, yaitu tidak ada paksaan dari pihak manapun dalam melaksanakan akad<sup>37</sup>

(2) Syarat yang terkait dalam *ijab qabul*:

(a) Orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal

<sup>34</sup> (H.R Al-Bazzar dan Al-Hakim)

<sup>35</sup> Suhendi Hendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997), h. 26

<sup>36</sup> Veithzal Rifai, dkk, *Islamic Transaction Law In Business Dari Teori ke Praktik*, h. 39

<sup>37</sup> Veithzal Rifai, dkk, *Islamic Transaction Law In Business Dari Teori ke Praktik*, h. 39



(b) *Qabul* sesuai dengan *ijab*. Apabila antara *ijab* dan *qabul* tidak sesuai maka jual beli tidak sah.

(c) *Ijab* dan *qabul* dilakukan dalam satu majelis. Maksudnya kedua belah pihak yang melakukan jual beli hadir dan membicarakan topik yang sama.<sup>38</sup>

(3) Syarat-syarat barang yang diperjualbelikan:

(a) Suci, dalam islam tidak sah melakukan transaksi jual beli barang najis, seperti bangkai, babi, anjing, dan sebagainya

(b) Barang yang diperjualbelikan adalah milik sendiri atau diberi kuasa orang lain yang memilikinya

(c) Barang yang diperjualbelikan ada manfaatnya

(d) Barang yang diperjualbelikan jelas dan dapat dikuasai

(e) Barang yang diperjualbelikan dapat diketahui kadarnya, jenisnya, sifat, dan harganya Boleh diserahkan saat akad berlangsung<sup>39</sup>

(4) Syarat-syarat nilai tukar (harga barang):

(a) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya

(b) Boleh diserahkan pada waktu akad, sekalipun secara hukum seperti pembayaran dengan cek dan kartu kredit. Apabila

<sup>38</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h. 7

<sup>39</sup> Wawan Djunaedi, *Fiqih* (Jakarta: PT Listafariska Putra, 2008), h. 98

harga barang itu dibayar kemudian (berutang) maka pembayarannya harus jelas

(c) Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamkan oleh *syara`*.<sup>40</sup>

d. Macam-Macam Jual Beli

No	Macam-Macam Jual Beli Ditinjau Dari	Bentuk Jual Beli
1	Segi bendanya	<p>a. Jual beli benda yang kelihatan, yaitu jual beli yang pada waktu akad, barangnya ada di hadapan penjual dan pembeli.</p> <p>b. Jual beli salam, atau bisa disebut juga dengan pesanan. Dalam jual beli ini harus disebutkan sifat-sifat barang dan harga harus dipegang ditempat akad berlangsung.</p> <p>c. Jual beli benda yang tidak ada, jual beli seperti ini tidak diperbolehkan dalam agama islam.</p>
2	Segi pelaku atau subjek jual beli	<p>a. Dengan lisan, akad yang dilakukan dengan lisan atau perkataan. Bagi orang bisu dapat diganti dengan isyarat</p>

<sup>40</sup> Ghufron Ihsan, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h. 35

		<p>b. Dengan perantara, misalnya dengan tulisan atau surat menyurat, dan ini dibolehkan menurut <i>syara`</i></p> <p>c. Jual beli dengan perbuatan, yaitu mengambil dan memberikan barang tanpa <i>ijab qabul</i>.</p>
3	Segi hukumnya	<p>a. <i>Shahih</i>, yaitu jual beli yang memenuhi syarat dan rukunnya</p> <p>b. <i>Ghairu shahih</i>, yaitu jual beli yang tidak memenuhi salah satu syarat dan rukunnya.</p>

Tabel 1.3

### 3. Penetapan Harga

#### a. Definisi Harga

Harga adalah Price is value expressed in terms of dollars and cents, or any other monetary medium of exchange. yang kurang lebih memiliki arti harga adalah nilai yang dinyatakan dalam dolar dan sen atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar.<sup>41</sup> Dalam buku lain disebutkan bahwa Harga dapat diartikan sebagai Jumlah uang (kemungkinan ditambah barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.<sup>42</sup>

<sup>41</sup> William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1984), h. 12

<sup>42</sup> Basu DH Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 1986), h. 147

Menurut menurut Alex S Nitisemito dalam bukunya harga diartikan sebagai nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain.<sup>43</sup>

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Dan harga merupakan unsur satu-satunya dari unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan di banding unsur bauran pemasaran yang lainnya (produk, promosi dan distribusi).<sup>44</sup>

b. Macam-Macam Harga

No	Macam-Macam Harga	Keterangan
1	Harga subjektif	Harga taksiran pembeli dan penjual terhadap barang yang akan dibeli atau dijual.
2	Harga objektif	Harga yang disetujui atau disepakati kedua belah pihak antara pembeli dan penjual.
3	Harga Pokok	Nilai uang dari barang-barang yang diberikan pada produksi dan langsung berhubungan dengan hasil barang.

<sup>43</sup> Alex S. Nitisemito, *Manajemen Personalia- Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Ghalia, 1991), h. 55

<sup>44</sup> Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andy Offset, 2001), h. 151

4	Harga Jual	Harga pokok ditambah laba yang diharapkannya.
5	Harga Pemerintah	Yang ditetapkan oleh pemerintah. Misalnya harga dasar padi, beras, gula, terigu, semen dan sebagainya.
6	Harga Bebas	Harga yang terdapat di pasaran antara penjual dengan penjual yang diakibatkan adanya persaingan.
7	Harga Dumping	Harga yang ditentukan penjual, umpamanya harga ekspor penjual di pasaran luar negeri untuk merebut pasaran international dan menjual dengan harga yang lebih mahal di pasaran dalam negeri.
8	Harga Gasal ( <i>Odd Price</i> )	Harga yang angkanya tidak bulat, misalnya Rp9.999,00. cara ini maksudnya untuk memengaruhi pandangan konsumen atau pembeli bahwa harga produk itu lebih murah.
9	Harga Daftar ( <i>List Price</i> )	Harga yang diberitahukan terlebih dahulu. Dari harga produk ini biasanya pembeli akan memperoleh potongan.
10	Harga Neto ( <i>Net Price</i> )	Harga yang harus dibayar oleh pembeli. Dengan perkataan lain harga neto adalah harga bersih.
11	Harga Zone ( <i>Zone</i> )	Harga yang sama untuk suatu

	<i>Price)</i>	daerah atau zone geografis tertentu. Contohnya harga 1 potong kemeja batik di Jakarta Rp50.000,00, sedangkan harga di Bogor tetap Rp50.000,00 hanya ditambah ongkos transportasi Jakarta-Bogor.
12	Harga Titik Dasar ( <i>Basing Point Price</i> )	Harga didasarkan atas titik lokasi tertentu. Misalnya basis harga sebuah produk di Jakarta Rp25.000.00 per unit, maka harga basis di Bogor tetap Rp25.000,00 plus biaya transport Jakarta-Bogor.
13	Harga Stempel Pos ( <i>postage stamps delivered price</i> )	Harga yang sama untuk semua daerah pasarannya.
14	Harga Pabrik ( <i>Factory Price</i> )	Harga pabrik yang harus dibayar oleh pembeli, sedangkan transportasinya dari pabrik harus ditanggung oleh pembeli. Dapat juga penjual menyerahkan produknya sampai di atas kapal atau alat angkut lainnya yang disediakan pembeli. Harga pabrik disebut juga <i>f.o.b factory</i> atau <i>f.o.b mill</i> .
15	Harga f.a.s ( <i>free alongside</i> )	Biaya angkutan ditanggung penjual sampai kapal merapat di pelabuhan tujuan. Pembongkaran

		produk ditanggung oleh pembeli.
16	Harga c.i.f ( <i>Cost insurance and freight</i> )	Harga barang yang di ekspor sudah termasuk biaya asuransi, biaya pengiriman sampai diserahkan barang tersebut kepada pembeli. <sup>45</sup>

Tabel 1.4

c. Metode Penetapan Harga

Penetapan harga secara umum adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang di hasilkan.

Metode Penetapan Harga

Secara umum metode penetapan harga terdiri dari 3 macam pendekatan, yakni:

(a) Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

- Penetapan harga biaya plus

Didalam metode ini, harga jual per unit ditentukan dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutupi laba yang dikehendaki pada unit tersebut ( margin ).

$$\text{Rumus : Biaya Total} + \text{Margin} = \text{Harga Jual}$$

Contohnya : Perusahaan jus dengan biaya total Rp 250.000 dan ingin mendapatkan laba 20% (margin) maka : Rp

<sup>45</sup> Tony Hartono, *Mekanisme Ekonomi Dalam Konteks Ekonomi Indonesia* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), h 138-140

$250.000 + (20\% \times \text{Rp } 250.000) = \text{Rp } 300.000$  . Maka harga setiap jus dijual dengan harga Rp 3000.

- Penetapan harga *Mark-Up*

Untuk metode Mark-up ini, harga jual per unit ditentukan dengan menghitung harga pokok pembelian per unit ditambah ( mark-up ) jumlah tertentu.

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

Contohnya : Jika anda membeli sebuah baju dengan harga Rp 150.000 kemudian anda menginginkan laba Rp 50.000, maka harga jualnya Rp 200.000.

- Penetapan harga BEP

Metode penetapan harga berdasarkan keseimbangan antara jumlah total biaya keseluruhan dengan jumlah total penerimaan keseluruhan.

Rumus :  $\text{BEP} \Rightarrow \text{Total Biaya} = \text{Total Penerimaan}$ .

(b) Penetapan Harga Berdasarkan Harga Pesaing/Kompetitor

Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga kompetitor sebagai referensi, dimana dalam pelaksanaannya lebih cocok untuk produk yang standar dengan kondisi pasar oligopoli. Untuk menarik dan meraih para konsumen dan para pelanggan, perusahaan biasanya menggunakan strategi harga. Penerapan strategi harga jual juga bisa digunakan untuk mensiasati para pesaingnya, misalkan dengan cara menetapkan



harga di bawah harga pasar dengan maksud untuk meraih pangsa pasar.

(c) Penetapan Harga Berdasarkan Permintaan

Proses penetapan harga yang didasari persepsi konsumen terhadap value/nilai yang diterima (price value), sensitivitas harga dan perceived quality. Untuk mengetahui value dari harga terhadap kualitas, maka analisa Price Sensitivity Meter (PSM) merupakan salah satu bentuk yang dapat digunakan.

Pada analisa ini konsumen diminta untuk memberikan pernyataan dimana konsumen merasa harga murah, terlalu murah, terasa mahal dan terlalu mahal dan dikaitkan dengan kualitas yang diterima.

4. Kebijakan Penetapan Harga Oleh Pemerintah

Penetapan harga merupakan kebijakan pemerintah dalam mengendalikan harga di pasar. Tujuannya untuk melindungi dan mengendalikan harga produk-produk tertentu, sehingga tidak menimbulkan masalah yang merugikan, baik konsumen maupun produsen. Ada dua bentuk bentuk kebijakan penetapan harga:

a. Kebijakan harga terendah

Merupakan kebijakan harga minimum yang ditetapkan oleh pemerintah terhadap produk-produk tertentu. Jika harga produk di pasar terlalu rendah, jadi pemerintah menetapkan harga terendahnya.

(1) Bila pemerintah menetapkan harga terendah sama atau kurang dari harga yang terjadi di pasar, kebijakan ini tidak berpengaruh apa-apa terhadap kondisi pasar

(2) Tapi bila pemerintah menetapkan harga terendah lebih tinggi dari harga equilibrium, maka kebijakan ini akan menaikkan harga pasar. Kebijakan ini dikatakan efektif, karena dapat mengikat perkembangan harga pasar. Contoh kasus penetapan harga minimum/terendah ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

(a) Bila kebijakan harga terendah ditetapkan untuk pasar tenaga kerja. Penetapan upah minimum lebih tinggi atau di atas upah yang berlaku akan menimbulkan pengangguran. Meskipun demikian bagi yang berkesempatan kerja, mereka akan menerima upah yang layak dan dapat meningkatkan pendapatan yang diterima para pekerja.

(b) Bila kebijakan harga terendah ditetapkan untuk produk pertanian. Penetapan harga lebih tinggi atau di atas harga yang berlaku di pasar akan menimbulkan produk menumpuk. Meskipun demikian kondisi harga terendah lebih besar harga equilibrium dapat meningkatkan pendapatan petani.

b. Kebijakan harga tertinggi

Merupakan kebijakan harga maksimum yang ditetapkan oleh pemerintah terhadap produk-produk tertentu. Jika di pasar harga produk-produk tersebut terlalu tinggi sehingga pemerintah harus menetapkan harga tertingginya

- (1) Bila pemerintah menetapkan harga tertinggi sama atau lebih tinggi dari harga yang terjadi di pasar, kebijakan ini tidak berpengaruh apa-apa terhadap kondisi pasar.
- (2) Tapi bila pemerintah menetapkan harga tertinggi lebih rendah dari harga equilibrium, maka kebijakan ini akan menurunkan harga pasar. Kebijakan ini dikatakan efektif, karena dapat mengikat perkembangan harga pasar.

Dalam Pasal 93 Undang-Undang Perdagangan No.7 Tahun 2014, tugas Pemerintah di bidang Perdagangan mencakup:

- a. Merumuskan dan menetapkan kebijakan di bidang perdagangan;
- b. Merumuskan standar nasional;
- c. Merumuskan dan menetapkan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang perdagangan;
- d. Menetapkan sistem perizinan di bidang Perdagangan;
- e. Mengendalikan ketersediaan, stabilisasi harga, dan Distribusi Barang kebutuhan pokok dan/atau Barang penting;
- f. Melaksanakan Kerja sama Perdagangan Internasional;
- g. Mengelola informasi di bidang Perdagangan;

- h. Melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap kegiatan di bidang Perdagangan;
- i. Mendorong pengembangan Ekspor nasional;
- j. Menciptakan iklim usaha yang kondusif;
- k. Mengembangkan logistik nasional; dan
- l. Tugas lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

Dalam poin (e) dikatakan bahwa tugas pemerintah adalah mengendalikan ketersediaan, stabilitas harga, dan distribusi barang kebutuhan pokok dan/atau barang penting. Salah cara pemerintah mengendalikan stabilitas harga adalah menetapkan kebijakan harga barang kebutuhan pokok dan/atau barang penting. Seperti yang disebutkan dalam Pasal 26 undang-undang No.7 tahun 2014 “Dalam menjamin pasokan dan stabilisasi harga Barang kebutuhan pokok dan Barang penting, Menteri menetapkan kebijakan harga, pengelolaan stok dan logistik, serta pengelolaan Ekspor dan Impor.” Dalam penjelasan pasal dikatakan bahwa Yang dimaksud dengan “penetapan kebijakan harga” adalah pedoman Pemerintah dalam menetapkan harga di tingkat produsen dan harga di tingkat konsumen. Kebijakan harga tersebut meliputi kebijakan harga terendah dan kebijakan harga tertinggi.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Alex S. Nitisemito, *Manajemen Personalia- Manajemen Sumber Daya Manusia*, h. 67

Ketika pengamatan telah sampai kepada Bapak Dimiati, peneliti menemukan suatu keganjalan yaitu beliau menuliskan jumlah nominal harga buah diatas kertas, yang kemudian diletakkan diatas tumpukan buah. Harga yang diterapkan lumayan murah atau dibawah standart dan seakan menjadi harga paten, sehingga pembeli tidak bisa menawar lagi. Padahal salah satu tujuan tawar menawar antara penjual dan pembeli adalah untuk mencapai kesepakatan harga, yang kemudian disebut harga pasar. Yang lebih mengejutkan adalah ketika pembeli sudah tertarik dengan harga murah yang dipasang, tetapi kemudian ketika membeli, penjual mengambil buah dari dalam dan buah tersebut mempunyai kualitas tidak sebgus buah yang dipajang didepan. Setelah melakukan wawancara Bapak Dimiati mengemukakan.

*“tidak selalu si mbak, itu kalau ada buah yang luarnya sudah tidak menarik lagi, dalam artian saya menjualnya dengan harga obral mbak. Kalau yang saya tuliskan gitu artinya ya harganya sudah saya patok itu, dalam artian sudah tidak ada tawar-menawar lagi, karena harga sudah saya obral mbak, dalam artian saya press, malah kadang-kadang saya dapat keuntungan minim sekali dari buah yang saya obral gitu.”*

*“kalau saya pribadi sendiri jujur tidak ada maksud untuk menipu siapapun, termasuk pembeli. Tujuan awal saya memasang harga tersebut memang salah satunya untuk menarik pelanggan. Agar buah cepat laku, sengaja harga saya turunkan sampai dibawah pasaran. karena itu, salah satu trik saya dalam menarik pelanggan adalah dengan menuliskan harga tersebut. Kalau tulisan saya letakkan diatas buah itu bukan dengan sengaja seperti itu mbak. Sebenarnya saya pikir itu tidak ada masalah, khan nanti pelanggan juga bertanya dulu mbak sebelum membeli, misalnya “ini yang lima ribuan yang mana pak?” seperti*

*itu. Biasanya kalau harga sudah saya tuliskan gitu ya berarti harganya itu mbak, ndak bisa ditawar lagi, toh itu juga sudah murah baged, dibawah pasaran.”<sup>47</sup>*

Penentuan harga diperbolehkan selama tidak termasuk dalam penetapan harga seperti yang dimaksud dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pedoman pasal 5 (penetapan harga) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dijelaskan bahwa penetapan harga yang dilarang hanya terjadi jika terdapat perjanjian penetapan harga antara pelaku-pelaku usaha yang berada didalam pasar bersangkutan yang sama. Sedangkan apa yang dilakukan Bapak Dimiati tidak ada hubungannya dengan pelaku usaha lain atau tidak ada kesepakatan antara Bapak Dimiati dengan pedagang lain dalam menaikkan atau menurunkan harga jual

*“Dalam menaikkan harga atau menurunkan harga seperti itu saya ambil kebijakan sendiri mbak, tanpa ada persekongkolan dengan pedagang lain, karena memang dari cara kita menetapkan harga saja sudah berbeda. Menurut saya, malah tidak efisien kalau saya bersekongkol dalam menetapkan harga dengan pedagang lain”.<sup>48</sup>*

Berdasarkan pengamatan peneliti para pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang telah menggunakan label berbahasa Indonesia

---

<sup>47</sup> Dimiati, *Wawancara*, (Jombang, 10 Mei 2016)

<sup>48</sup> Dimiati, *Wawancara*, (Jombang, 10 Mei 2016)

pada barang yang diperdagangkan seperti yang dilakukan penjual 3 pada tulisan harga yang diletakkan diatas buah.

*“tidak selalu si mbak, itu kalau ada buah yang luarnya sudah tidak menarik lagi, dalam artian saya menjualnya dengan harga obral mbak. Kalau yang saya tuliskan gitu artinya ya harganya sudah saya patok itu, dalam artian sudah tidak ada tawar-menawar lagi, karena harga sudah saya obral mbak, dalam artian saya press, malah kadang-kadang saya dapat keuntungan minim sekali dari buah yang saya obral gitu.”<sup>49</sup>*

Hal ini sesuai dengan Pasal 6 undang-undang No.7 tahun 2014

“Setiap Pelaku Usaha wajib menggunakan atau melengkapi label berbahasa Indonesia pada Barang yang diperdagangkan di dalam negeri.” Selanjutnya dalam penjelasan pasal yang dimaksud dengan “label berbahasa Indonesia” adalah setiap keterangan mengenai Barang yang berbentuk tulisan berbahasa Indonesia, kombinasi gambar dan tulisan berbahasa Indonesia, atau bentuk lain yang memuat informasi tentang Barang dan keterangan Pelaku Usaha, serta informasi lainnya yang disertakan pada Barang, dimasukkan ke dalam, ditempelkan/melekat pada Barang, tercetak pada Barang, dan/atau merupakan bagian kemasan Barang.

para pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang memperoleh laba atau keuntungan dari hasil kegiatan penjualan buah itu sendiri, artinya tidak ada imbalan dari kegiatan lain diluar kegiatan penjualan buah. Seperti penjelasan pak Dimiati ketika ditanya tentang pengalaman kerugian

---

<sup>49</sup> Dimiati, *Wawancara*, (Jombang, 10 Mei 2016)



*“rugi pasti pernah mbak. Ya saya berusaha untuk menutupi kerugian tersebut mbak. Karena saya pikir apa gunanya berjualan kalau rugi. Kalau cara saya menutupi rugi, saya tingkatkan laba penjualan pada buah-buah yang masih bagus kualitasnya.”<sup>50</sup>*

Hal serupa juga dijelaskan pak Mul

*“rugi pernah mbak, ketika itu buah lagi musimnya mbak, sehingga para penjual lain juga banyak sekali menjual buah tersebut. Bukan karena harga yang saya tawarkan terlalu mahal, melainkan karena banyaknya pesaing. Dan kesalahan yang saya lakukan, saya tetap mempertahankan harga jual kepada pembeli, tanpa mengurangi sedikitpun, akhirnya sebagian buah kualitasnya menurun dan sebagian terbuang. Mungkin hari itu saya rugi mbak, tetapi untuk selanjutnya tertutupi dengan keuntungan dari buah berikutnya.”<sup>51</sup>*

Hal ini sesuai dengan Pasal 9 Undang-Undang No.7 tahun 2014 “Pelaku Usaha Distribusi dilarang menerapkan sistem skema piramida dalam mendistribusikan Barang.” Dalam penjelasan pasal Yang dimaksud dengan “skema piramida” adalah istilah/nama kegiatan usaha yang bukan dari hasil kegiatan penjualan Barang. Kegiatan usaha itu memanfaatkan peluang keikutsertaan mitra usaha untuk memperoleh imbalan atau pendapatan terutama dari biaya partisipasi orang lain yang bergabung kemudian atau setelah bergabungnya mitra usaha tersebut.

Jadi yang dilarang dalam Pasal 9 UU Perdagangan adalah mendistribusikan barang dengan menggunakan sistem skema piramida. Barang yang didistribusikan ada. Hanya saja pendapatan utama yang didapat "sebenarnya" bukan dari

---

<sup>50</sup> Dimiati, *Wawancara*, (Jombang, 10 Mei 2016)

<sup>51</sup> Mul, *Wawancara*, (Jombang, 11 Mei 2016)



pendistribusian/penjualan barang. Dalam skema piramida pendapatan utama alias terbesar dari seorang mitra usaha berasal dari biaya partisipasi mitra usaha yang ikut serta kemudian istilah umumnya biaya pendaftaran keanggotaan.<sup>52</sup> Dalam contohnya saat ini seperti kegiatan usaha *MLM (Multilevel Marketing)*.

## 5. Penetapan Harga Dalam Islam

### a. Definisi

Penetapan harga dalam islam disebut *tas`ir*, dalam bahasa arab berasal dari *sa`ara (fi`il madhi)*, *yusa`iru (fi`il mudhori)*, *tas`iiran (mashdar)*. Artinya menurut pengertian bahasa arab adalah kesepakatan atas suatu harga (*al-ittifaq `alas i`rin*).<sup>53</sup> Adapun menurut pengertian syariah, terdapat beberapa pengertian. Menurut Imam Ibnu Irfah (ulama Malikiyah) *tas`ir* adalah penetapan harga tertentu untuk barang dagangan yang dilakukan penguasa kepada penjual makanan di pasar dengan jumlah dirham tertentu.

Menurut Syaikh Zakaria Al-Anshari (ulama Syafi`iyah) *tas`ir* adalah perintah wali (penguasa) kepada pelaku pasar agar mereka tidak menjual barang dagangan mereka kecuali dengan harga tertentu. Menurut Imam Al-Bahuti (ulama Hanabilah) *tas`ir* adalah penetapan suatu harga oleh Imam (khalifah) atau wakilnya

---

<sup>52</sup> “Skema Piramida Dalam Undang-Undang Perdagangan, <http://Skema Piramida Dalam Undang-Undang Perdagangan>, diakses tanggal 23 Mei 2016.

<sup>53</sup> Ibnu Manzhur, Lisanul Arab, IV/35, Dikutip oleh Ahmad Irfah, *At-Tas`ir Ahkamuhu Dirasah Fiqhiyah Muqaranah*, h. 4

atas masyarakat dan Imam memaksa mereka untuk berjual beli pada harga itu.<sup>54</sup>

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa tas`ir yang dimaksud para ulama adalah penetapan harga oleh penguasa atau pemerintah. Sedangkan penetapan harga dalam penelitian ini cenderung kepada penentuan harga oleh pedagang sendiri, diluar campur tangan pemerintah. Menurut Rahmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya harga dijadikan penukar barang yang diridhai oleh kedua pihak yang akad.<sup>55</sup>

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/ jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi penentuan harga mempunyai dua bentuk, ada yang boleh dan ada

---

<sup>54</sup> Ibnu Manzhur, Lisanul Arab, IV/35, Dikutip oleh Ahmad Irfah, *At-Tas`ir Ahkamuhu Dirasah Fiqhiyah Muqaranah*, h. 5

<sup>55</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2000), h. 87

yang haram. Tas`ir ada yang zalim, itulah yang diharamkan dan ada yang adil, itulah yang dibolehkan.<sup>56</sup>

Selanjutnya Qardhawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi masyarakat, seperti menetapkan undang-undang untuk tidak menjual diatas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.

Menentukan harga adalah permintaan produk/jasa oleh para pembeli dan pemasaran produk/jasa dari para pengusaha/pedagang, oleh karena jumlah pembeli adalah banyak, maka permintaan tersebut dinamakan permintaan pasar. Adapun penawaran pasar terdiri dari pasar monopoli, duopoly, oligopoly, dan persaingan sempurna. Apapun bentuk penawaran pasar, tidak dilarang oleh agama islam selama tidak berlaku zalim terhadap para konsumen. Jadi harga ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar yang membentuk suatu titik keseimbangan. Titik keseimbangan itu merupakan kesepakatan antara para pembeli dan para penjual yang mana pembeli dan penjual sama-sama meridhai.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani, 1997), h. 257

<sup>57</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, h. 257

b. Hukum penetapan harga dalam islam

Para ulama berbeda pendapat mengenai hukum tas`ir : pertama, yang mengharamkan secara mutlak. Ini adalah pendapat jumhur ulama dari ulama Hanafiyah, Syafi`iyah, dan Hanabilah.<sup>58</sup> Kedua, yang membolehkan, meski tidak membolehkan secara mutlak. Ini pendapat sebagian ulama Hanafiyah dan Malikiyah.<sup>59</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka-sama suka di antara kamu.”<sup>60</sup>*

Berdasarkan ayat diatas dapat ditafsirkan bahwa transaksi yang baik dalam islam adalah didasari atas kerelaan antara penjual dan pembeli, termasuk dalam hal penentuan harga.

<sup>58</sup> Ibnu Qayyim, *Ath- Thuruqul Hukmiyah fi As-Siyasah Al-Syar`iyah* (Riyadh : Maktabah Nazar Musthofa Al-Baz, 1996), h. 290-291

<sup>59</sup> Yusuf Al-Qardhawi, *Daur Al-Qiyam wa Al-Akhlaq fi Al-Iqtishadi Al-Islami*, h. 426-429

<sup>60</sup> QS. An-Nisa` (4) : 29



### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan. Ilmu merupakan bagian dari pengetahuan yang memiliki kriteria tertentu. Penelitian, dengan demikian, merupakan hubungan yang erat dengan ilmu. Penelitian pada dasarnya merupakan operasionalisasi dari metode yang digunakan untuk pengetahuan ilmiah yang dikenal dengan metode ilmiah.<sup>61</sup> Penelitian merupakan usaha penyelidikan yang sistematis dan terorganisasi. Kata sistematis dan terorganisasi menunjukkan bahwa untuk mencapai tujuannya, peneliti menggunakan cara-cara atau prosedur-prosedur tertentu yang diatur dengan baik. Metodologi penelitian berisi pengetahuan yang mengkaji ketentuan mengenai metode-metode yang digunakan dalam penelitian,<sup>62</sup> yaitu:

---

<sup>61</sup> Moh. Sidik Priadana dan Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h.1

<sup>62</sup> Moh. Sidik Priadana dan Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, h.2

## A. Jenis Penelitian

Menurut tempat dilaksanakannya penelitian, maka penelitian ini merupakan penelitian yuridis empiris (*field research*). Penelitian empiris pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat. Jadi, mengadakan penelitian mengenai beberapa masalah actual yang kini tengah berkecamuk dan mengekspresikan diri dalam bentuk gejala atau proses sosial.<sup>63</sup>

Sedangkan dilihat dari segi tujuan esensialnya, penelitian ini termasuk dalam penelitian terapan (*applied research*). Penelitian penerapan diarahkan pada penggunaan secara praktis di bidang kehidupan sehari-hari.<sup>64</sup> Maka disini penelitian diarahkan untuk mengetahui pandangan Hukum Islam terhadap penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang.

## B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif karena data-data yang dibutuhkan dan digunakan berupa sebaran-sebaran informasi yang tidak perlu dikuantifikasikan. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara suatu gejala dengan gejala lain dalam masyarakat.<sup>65</sup> Sedangkan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pemahaman

---

<sup>63</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung : Mandar Maju, 2009), h. 31-32

<sup>64</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, h. 30-31

<sup>65</sup> Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2006), h. 25

mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau *natural setting* yang holistik, kompleks dan rinci.<sup>66</sup> Maka, dengan pendekatan deskriptif kualitatif ini peneliti dapat mendeskripsikan secara sistematis terhadap data-data kualitatif mengenai praktek penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang tinjauan Undang-undang No.14 tahun 2014 dan hukum islam.

### **C. Lokasi penelitian**

Dalam penyusunan penelitian ini peneliti memilih pasar Peterongan Jombang sebagai lokasi. Karena Pasar Peterongan Jombang terletak pada posisi yang strategis dan memiliki tata letak yang terjangkau. Pedagang buah yang rata-rata berada di deretan paling depan dari pasar peterongan Jombang, menjadi daya tarik tersendiri para pengunjung pasar peterongan Jombang. Untuk mendapat keakuratan data dan penjelasan yang mampu dipertanggungjawabkan secara nyata, maka yang tepat dijadikan rujukan adalah beberapa pedagang buah yang ada di pasar Peterongan Jombang yang telah menetapkan harga atas buah yang diperdagangkan.

### **D. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi sumber data primer, sumber data sekunder, dan sumber data tersier, yakni :

1. Data Primer, yakni data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan peneliti

---

<sup>66</sup> Moh. Sidik Priadana dan Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, h.3

adalah hasil wawancara.<sup>67</sup> Wawancara itu sendiri ditujukan kepada beberapa pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang dan beberapa pembeli.

2. Data Sekunder, yaitu bahan pustaka yang berisikan informasi tentang bahan primer., kitab-kitab tokoh Islam, Hukum Islam, buku, data-data dari subyek penelitian, artikel, penelitian dan karya tulis lainnya.<sup>68</sup>
3. Data tersier, yaitu pengumpulan data yang peneliti lakukan dengan mengambil bahan-bahan penelitian dari Undang-Undang No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, kamus, dan ensiklopedia.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Pengamatan/Observasi**

Teknik pengamatan menuntut adanya pengamatan dari seorang peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang diteliti dengan menggunakan instrument yang berupa pedoman penelitian dalam bentuk lembar pengamatan atau lainnya.<sup>69</sup> Teknik ini memiliki dua cara, yaitu pengamatan terstruktur dan tidak terstruktur. Pada penelitian ini teknik yang dilakukan peneliti adalah pengamatan dengan cara tidak terstruktur, karena peneliti dapat melihat secara langsung pada tujuannya. Suplemen data dapat digunakan untuk tambahan analisis.

##### **2. Wawancara**

Wawancara yang dimaksud di sini adalah teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan

---

<sup>67</sup> Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek* (Jakarta: Sinar Grafika, 1991), h 51

<sup>68</sup> Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), h 103

<sup>69</sup> Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008), h. 150



masalah tertentu, yang sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan cara Tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seorang atau beberapa orang pewawancara dengan seorang atau beberapa orang yang diwawancarai.<sup>70</sup> Adapun yang menjadi subyek penelitian dalam penelitian ini adalah para pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang. Dari jumlah 23 pedagang buah yang terdaftar di Pasar Peterongan Jombang, peneliti mengambil 5 pedagang buah yang dianggap dapat mewakili pedagang buah yang lain.

### 3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih actual dan sesuai dengan masalah penelitian. Teknik dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumen, memilih-milih dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, mencatat dan menerangkan, menafsirkan dan menghubungkan dengan fenomena lain.<sup>71</sup> Dalam proses ini peneliti menggunakan foto-foto dan pedoman wawancara serta hasil dokumentasi yang lampiran surat izin dari Dinas Perizinan Kota Jombang yang menerangkan bahwasanya peneliti diizinkan untuk melakukan penelitian di Pasar Peterongan Jombang dan Dinas Perindustrian Kota Jombang.

---

<sup>70</sup> Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, h. 151

<sup>71</sup> Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, h. 152

## F. Metode Pengolahan Data

Mengolah data berarti menimbang, menyaring, mengatur dan mengklasifikasikan. Menimbang dan menyaring data itu ialah benar-benar memilih secara hati-hati data yang relevan tepat, dan berkaitan dengan masalah yang tengah diteliti. Mengatur dan mengklasifikasikan ialah menggolongkan, menyusun menurut aturan tertentu.<sup>72</sup> Sebelum data dianalisis maka perlu dilakukan proses pengolahan data terlebih dahulu. Dengan maksud untuk mempermudah dalam memahami data yang diperoleh dan agar data terstruktur secara baik dan sistematis. Maka pengolahan data dengan beberapa tahapan menjadi sangat bermanfaat. Tahap-tahap yang peneliti data untuk menganalisis keakuratan data setelah data diperoleh yaitu :

Pertama, *editing* yaitu meneliti kembali catatan-catatan yang diperoleh, baik dari data primer yang diperoleh melalui wawancara kepada narasumber yaitu pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang, data sekunder yang didapat dari undang-undang yang terkait, literature-literatur buku yang terkait dengan penelitian, maupun data-data yang terkait dalam hal ini diperoleh dari kepala Pasar Peterongan Jombang dan Dinas Perindustrian Kota Jombang. Kemudian data tersier yang diperoleh melalui pengamatan secara langsung oleh peneliti dan melalui dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan penelitian.

Kedua *verifying* (pengecekan ulang) yaitu langkah dan kegiatan yang dilakukan pada penelitian untuk menelaah kembali data dan informasi yang

---

<sup>72</sup> Kartini Kartono, Pengantar Metodologi Riset Sosial (Jakarta : Media Group, 2002), h. 23

diperoleh dari lapangan agar dapat diakuisisi kebenarannya secara umum.<sup>73</sup> Verifikasi ini dilakukan dengan cara menanyakan kembali hasil wawancara yang telah dicatat oleh peneliti kepada informan dalam hal ini para pedagang buah untuk ditanggapi apakah data tersebut sudah sesuai dengan yang telah diinformasikan oleh informan. Tujuan dari tahapan ini adalah apabila ada kesalahan dari penulis, maka penulis dapat segera merevisi data secara langsung.

Ketiga *classifying* (klasifikasi), tahapan ini memberikan identitas atau pengklasifikasian dalam data yang akan diolah, apakah identifikasi tersebut dilakukan untuk satu kelompok atau beberapa kelompok dari data yang nantinya merupakan karakteristik dari data yang bersangkutan.<sup>74</sup>

Dalam proses ini penulis mengklasifikasikan seluruh data baik yang berasal dari pengamatan/observasi, literature-literatur yang sesuai dengan penelitian maupun dari wawancara, baik yang diperoleh dari pedagang sendiri, kepala pasar maupun dinas perindustrian. Selanjutnya diklasifikasikan mana data atau jawaban dari informan yang menjawab dari 2 rumusan masalah yang telah disebutkan oleh penulis diatas. Yakni antara bagaimana praktek penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang dan bagaimana praktek penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang tinjauan hukum islam. Tujuan dari klasifikasi ini adalah untuk memberi kemudahan dari banyaknya bahan yang didapat dari lapangan sehingga isi penelitian ini mudah dipahami oleh pembaca.

---

<sup>73</sup> Nana Sudjana Ahwal Kusuma, *Metodologi Penelitian Agama Pendekatan Teori dan Praktek* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h 22

<sup>74</sup> "Metode Penelitian", <http://ngalam.co/2016/04/30>, diakses tanggal 30 April 2016

Keempat *analyzing* yaitu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan diartikan, yang pada dasarnya pengertian merupakan penarikan kesimpulan dan analisis. Pada analisis peneliti mencoba untuk menemukan ada atau tidaknya hubungan antara variabel. Analisis ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi serta menyimpulkan hal tersebut. Kemudian melihat apakah aplikasi tersebut sudah sesuai dengan teori yang sudah diajarkan atau belum.<sup>75</sup>

Dalam penelitian ini analisa yang dipakai adalah dengan metode deskriptif-kualitatif, yaitu analisa yang menggambarkan keadaan dan pandangan dengan kata-kata atau kalimat tentang analisis praktek penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang tinjauan hukum islam. Dalam analisis ini awalnya peneliti memaparkan data dari hasil wawancara yang kemudian akan dianalisis berdasarkan hukum islam.

Kelima *concluding* merupakan pengambilan kesimpulan dari data-data yang diolah untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan peneliti yang ada didalam rumusan masalah. Pada tahap ini, peneliti bisa memahami pandangan hukum islam terhadap praktek penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang yang diperoleh dari hasil wawancara kepada beberapa pedagang buah di Pasar tersebut.

---

<sup>75</sup> Lexy J.Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosyada Karya, 2010), h. 104



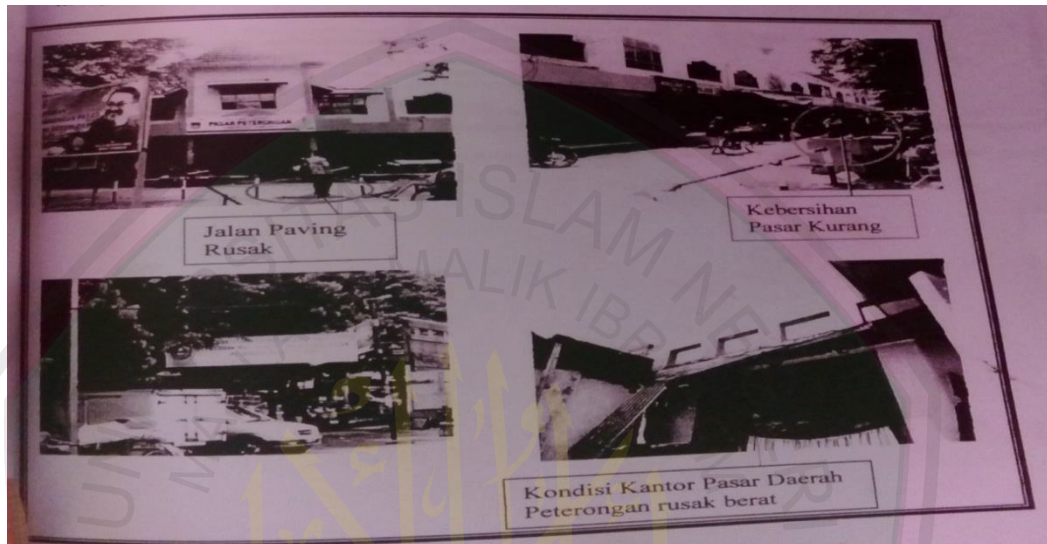
**BAB IV**  
**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**A. Gambaran Umum Pasar Peterongan Jombang**

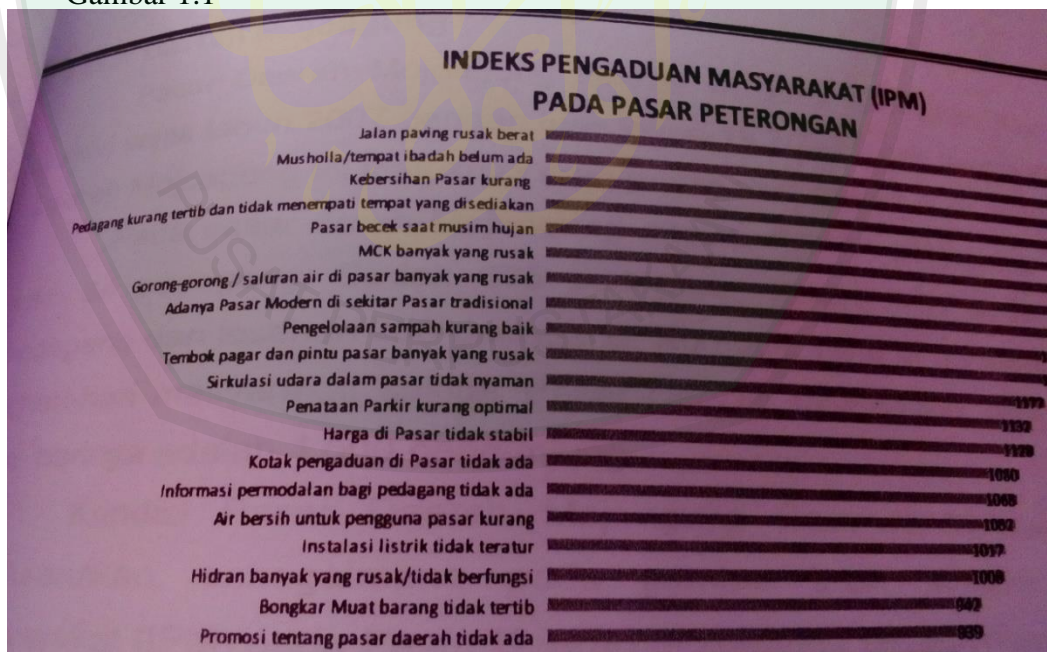
Pasar Daerah Peterongan terletak di Desa Mancar Kec.Peterongan, pasar ini berdiri sejak tahun 1997 dengan luas lahan 17.180m , dan luas bangunan 4.492m. Pasar Daerah Peterongan ini status lahannya merupakan asset daerah Kab.Jombang sedangkan bangunannya merupakan Hak Guna Bangunan (HGB).

Pada pasar daerah Peterongan ditempati 887 pedagang, diantaranya menempati ruko 29 pedagang, Bedak 368 pedagang, Gledek 183 pedagang, Kamar daging 52 pedagang dan lesehan 255 pedagang. Komoditi yang diperdagangkan berupa kebutuhan sehari-hari masyarakat sekitar Pasar Daerah Peterongan, dengan rata-rata pengunjung tiap harinya adalah 750 pengunjung.

Kondisi Pasar Daerah Peterongan saat ini berdasarkan hasil survey yang dilaksanakan, sebagaimana pada gambar, adapun nilai indeks Pengaduan Masyarakat (IPM) pada Pasar Daerah Peterongan sebagaimana gambar

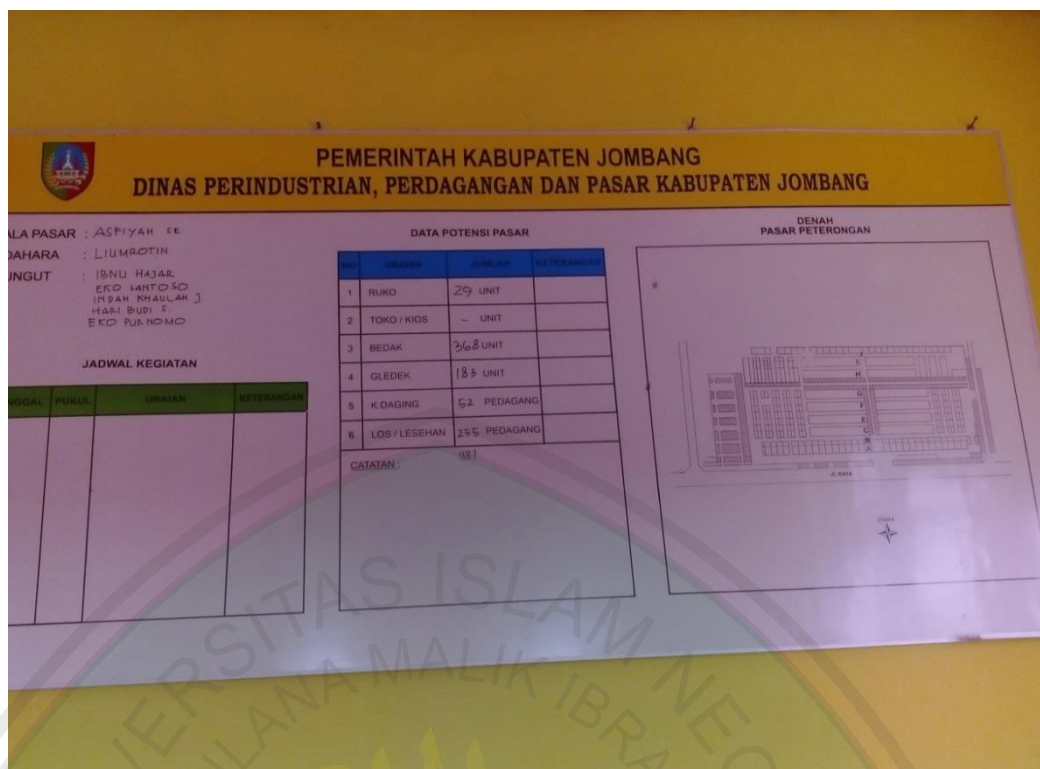


Gambar 1.1



Gambar 1.2





Gambar 1.3

NO	NAMA	ALAMAT	BLOK	JENIS BANGUNAN	KOMODITI
1	ABD. FAKEH	REJOSO	A	RUKO	BUAH
2	KHUMAIDI/SYAFTI	JOMBANG	A	RUKO	BUAH
3	PAK DI	MONOSUJINGAN	E	GLEDEK	PISANG
4	MUAJATIN	PAJARAN	G	GLEDEK	BUAH
5	JAENAH	NGLONGE	G	GLEDEK	BUAH
6	ZAENAL ABIDIN	MANCAR	G	GLEDEK	PISANG
7	SADIYAH	PAJARAN	G	GLEDEK	BUAH
8	ISTIANA	JOGOROTO	G	GLEDEK	PISANG
9	H. MUNG FAR	REJOSO	H	BEDAK	PISANG
10	DIMIATI	MANCAR	J	BEDAK	BUAH
11	PAK KHOTIB	GADING/TUGU		LESEHAN	BUAH
12	SUTARNO	NGRANDU LOR		LESEHAN	BUAH
13	RUDI	MANCAR		LESEHAN	NANAS
14	YULIASTI	NGLAJUR		LESEHAN	BUAH
15	WIGIT	MANCAR		LESEHAN	BUAH
16	AMINI	TAMBAR	C	LESEHAN	BUAH
17	KIMYANAH	DUKUAN SANTREN	D	GLEDEK	BUAH
18	MUL	MANCAR		LESEHAN	PISANG
19	P. JI	JAJAR		LESEHAN	PISANG
20	AMIH ROJI ATUN	TANJUNG GUNUNG		LESEHAN	PISANG
21	UMAR	MANCAR		LESEHAN	PISANG
22	KHOTIJAH	JARIK		LESEHAN	PISANG
23	PAK SOTO	JARAK		LESEHAN	PISANG

Tabel 1.5

## **B. Praktek Penetapan Harga Oleh Pedagang Buah Di Pasar Peterongan Jombang**

Berdasarkan waktu terjadinya pasar Peterongan Jombang adalah pasar harian, yaitu pasar yang melakukan aktivitas setiap hari. Sedangkan berdasarkan cara transaksinya pasar Peterongan Jombang adalah pasar tradisional dimana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar menawar secara langsung.<sup>76</sup> Dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern disebutkan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Hal yang sama juga dijelaskan dalam penjelasan pasal 12 Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang di hasilkan.<sup>77</sup> Ada beberapa metode dalam menentukan harga, yaitu penetapan harga berdasarkan biaya, penetapan harga berdasarkan harga pesaing/competitor, dan penetapan harga berdasarkan permintaan. Sedangkan

---

<sup>76</sup> "Tawar-Menawar Dalam Pasar Tradisional, <http://Tawar-Menawar Dalam Pasar Tradisional>, diakses tanggal 10 Mei 2016.

<sup>77</sup> N. Gregory Mankiw, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2003), Hal. 138



penetapan harga berdasarkan biaya terbagi lagi atas 3, yaitu penetapan harga biaya plus, penetapan harga *Mark-Up*, dan penetapan harga BEP.<sup>78</sup> Rata-rata metode penetapan harga yang digunakan para pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang adalah penetapan harga Mark-up, yaitu harga jual per unit ditentukan dengan menghitung harga pokok pembelian per unit ditambah (mark-up) jumlah tertentu,<sup>79</sup> seperti yang dilakukan oleh Pak Khotib, Pak Dimiati, dan Pak Mul. Mereka menentukan dahulu harga pokok pembelian perkilogram buah yang akan mereka jual, kemudian mereka menambahkannya dengan keuntungan yang ingin mereka peroleh, maka dari situ harga jual ditentukan. Selain menggunakan penetapan harga Mark-up, mereka juga menentukan harga berdasarkan pesaing, artinya dalam menentukan laba mereka juga berkira-kira agar harga tidak melebihi harga pesaing.

*“kalau saya biasanya harga belinya itu berapa, nanti saya bagi perkilonya berapa. Kalau sudah ketemu, itu saya tambah sepuluh persen biasanya mbak. Dengan tetap melihat harga pesaing mbak. Karena kalau saya kasih harga tinggi dengan kemauan saya sendiri, bisa tidak laku dagangan saya. Mbak tau sendiri disini pedagang buah banyak sekali”*<sup>80</sup>

*“biasanya saya itu langsung beli buah dari pemilik buah itu sendiri mbak. Misalnya pemilik pohonnya langsung saya borong satu pohon gitu mbak. Jadi ketika buah itu musim, saya mencoba berkeliling dulu mencari pemilik pohon. Kalau tidak ada baru saya cari grosiran buah, misal di Malang atau Blitar dan lain-lain. Dari situ nanti buah saya pisahkan mana yang masih bagus saya kumpulkan dengan yang bagus, kemudian yang agak bagus saya sendirikan juga, dan yang terakhir yang sudah jelek juga tetap saya jual mbak. Nah, ini untungnya saya kalau beli langsung di pemilik pohon mbak, saya bisa menjual buah tersebut dengan lebih murah atau bisa jadi*

<sup>78</sup> Tony Hartono, *Mekanisme Ekonomi Dalam Konteks Ekonomi Indonesia*, h. 101

<sup>79</sup> Tony Hartono, *Mekanisme Ekonomi Dalam Konteks Ekonomi Indonesia*, h. 102

<sup>80</sup> Khotib, *Wawancara*, (Jombang, 10 Mei 2016)

*grosiran buah tersebut. Tidak jarang para penjual lain juga kulakan di tempat saya. Kalau buah sudah saya kelompokkan seperti tadi, baru saya saya timbang berapa kilo yang dapat saya jual. Kemudian harga awal ketika saya memborong buah tersebut saya bagi persatu kilonya. Kemudian sama ambil keuntungan biasanya sepenuhnya dari buah yang masih bagus mbak. Biasanya harga jual saya tambah dua puluh persen.”<sup>81</sup>*

*“harga jual saya tentukan dengan menghitung biaya beli ditambah dengan laba yang ingin saya capai. Misal saya membeli buah apel perkilogramnya seharga Rp 15.000 kemudian laba yang saya inginkan 20%, maka harga jual = 15.000 + (20% x 15.000) = Rp 18.000”<sup>82</sup>*

Berbeda dengan yang dilakukan oleh Pak Abd. Fakeh, beliau tidak terlalu menghiraukan harga pesaing, beliau berani menawarkan harga diatas harga pesaing karena beliau menjual buah dengan kualitas yang juga diatas buah pesaingnya. Maka Pak Abd. Fakeh dan Pak Mul dalam hal ini menggunakan penetapan harga berdasarkan permintaan, yaitu proses penetapan harga yang didasari persepsi konsumen terhadap nilai yang diterima, sensitivitas harga dan perceived quality.<sup>83</sup> Salah satu strategi yang digunakan Pak Abd. Fakeh untuk menarik pembeli adalah dengan memberikan potongan harga jika pembelian lebih dari 1 kilogram.

*“kalau saya berani mematok harga yang sedikit mahal untuk buah-buah yang saya jual mbak, karena buah-buah yang saya jual kualitasnya juga bagus. Saya kulakan bukan mencari yang murah kemudian dapat saya jual dengan harga murah, tapi buahnya jelek. Bagi saya yang penting adalah kualitas buah mbak. Tetapi tetap melihat kondisi mbak, bukan berarti buah saya bagus, kemudian saya ambil keuntungan sebanyak-banyaknya. Cuman, jika dibandingkan dengan buah-buah yang dipinggiran pasar, ya buah yang saya jual lebih mahal.”<sup>84</sup>*

---

<sup>81</sup> Dimiati, *Wawancara*, (Jombang, 10 Mei 2016)

<sup>82</sup> Mul, *Wawancara*, (Jombang, 11 Mei 2016)

<sup>83</sup> Tony Hartono, *Mekanisme Ekonomi Dalam Konteks Ekonomi Indonesia*, h. 103

<sup>84</sup> Abd. Fakeh, *Wawancara*, (Jombang, 10 Mei 2016)

Tetapi ada juga penjual yang menggunakan metode penetapan harga biaya plus, yaitu harga jual per unit ditentukan dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutupi laba yang dikehendaki pada unit tersebut (margin).<sup>85</sup> Seperti yang dilakukan kimyanah

*“iya mbak memang saya sedikit berbeda dari yang lain. Kalau yang lain menjual buah secara utuh, kalau saya menjual buah yang potong-potongan. Mulanya saya berfikir buah-buah yang dijual di istana buah pastilah kualitasnya tidak diragukan lagi, bahkan mereka tidak menjual buah yang kualitasnya tidak bagus. Nah, yang namanya buah pasti lama-kelamaan mengalami penyusutan yang kemudian berujung menjadi busuk, kemudian saya berfikir dikemanakan buah-buah yang kualitasnya menurun tersebut, kalau dibuang sayang mbak. Dari situ saya ingin bekerja sama dengan istana buah yang ada di Jombang untuk membeli buah-buah yang sekiranya mereka tidak mampu lagi menjualnya. Buah-buah tersebut tidak busuk seutuhnya mbak, kualitasnya juga masih bagus, hanya saja tidak sesegar seperti pertama kali dijual. Saya mendapat harga murah dari istana buah, kemudian saya pilih yang masih layak, saya potong-potong, saya kemas dengan timbangan setengah kilogram, yang kemudian saya jual.”<sup>86</sup>*

Dari penjelasan beberapa pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang diatas, dapat disimpulkan bahwa mereka menetapkan harga jual dengan cara mereka sendiri, artinya tidak ada campur tangan pemerintah dalam hal penetapan harga.

Pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang merupakan pelaku usaha distribusi. Menurut salah satu sarjana ekonomi yang tergabung dalam Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia mengenai ruang lingkup pelaku usaha adalah sebagai investor, produsen, dan distributor. Yang dimaksud pelaku usaha distributor adalah pelaku usaha yang mendistribusikan atau

---

<sup>85</sup> Tony Hartono, *Mekanisme Ekonomi Dalam Konteks Ekonomi Indonesia*, h. 103

<sup>86</sup> Kimyanah, *Wawancara*, (Jombang, 11 Mei 2016)

memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut kepada masyarakat.<sup>87</sup> Maka mereka dalam melakukan distribusi barang harus sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan serta etika ekonomi dan bisnis dalam rangka tertib usaha sebagaimana disebutkan dalam Pasal 10 “Pelaku Usaha Distribusi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 melakukan Distribusi Barang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan serta etika ekonomi dan bisnis dalam rangka tertib usaha.” Dalam penjelasan pasal yang dimaksud dengan “etika ekonomi dan bisnis” adalah agar prinsip dan perilaku ekonomi dan bisnis oleh Pelaku Usaha Distribusi dapat melahirkan kondisi dan realitas ekonomi yang bercirikan persaingan yang jujur dan berkeadilan, serta mendorong berkembangnya etos kerja ekonomi, daya tahan ekonomi, dan kemampuan saing guna terciptanya suasana kondusif untuk pemberdayaan ekonomi yang berpihak kepada rakyat kecil melalui kebijakan secara berkesinambungan.

Menurut Sonny Keraf prinsip etika bisnis adalah sebagai berikut :<sup>88</sup>

- (1) Prinsip otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.

Keputusan dan tindakan-tindakan yang dianggap baik juga selalu diambil oleh para pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang, mulai dari metode penetapan harga yang dipakai, mematok harga, sampai

---

<sup>87</sup> AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Diadit Media, 2002), h. 23

<sup>88</sup> A. Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan Dan Relevansinya* (Yogyakarta: Kanisius, 1998), h. 88-89

pengambilan tindakan jika mengalami kerugian. Seperti yang dikemukakan Bapak Abd. Fakeh tentang cara menetapkan harga jual

*“kalau saya berani mematok harga yang sedikit mahal untuk buah-buah yang saya jual mbak, karena buah-buah yang saya jual kualitasnya juga bagus. Saya kulakan bukan mencari yang murah kemudian dapat saya jual dengan harga murah, tapi buahnya jelek. Bagi saya yang penting adalah kualitas buah mbak. Tetapi tetap melihat kondisi mbak, bukan berarti buah saya bagus, kemudian saya ambil keuntungan sebanyak-banyaknya. Cuman, jika dibandingkan dengan buah-buah yang dipinggiran pasar, ya buah yang saya jual lebih mahal.”<sup>89</sup>*

Seperti halnya keputusan Bapak Dimiati dalam mematok harga jual

*“tidak lah mbak, kalau buah masih bagus ya tidak saya patok harga seperti itu, pembeli bisa menawar sebebannya. Baru kalau buah sudah lama ada di toko atau sudah kelihatan sedikit tidak menarik, itu yang saya obral. Itupun bukan berarti buah sudah busuk mbak, hanya saja biasanya kalau saya menyebutnya “kematengen”.”<sup>90</sup>*

- (2) Prinsip kejujuran. Terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran. Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Ketiga, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.

Seperti yang dilakukan oleh Bapak Khotib

*“pasti pernah mbak. Sepertinya tidak ada orang usaha tidak pernah mengalami kerugian mbak. Tapi kerugian yang saya alami Alhamdulillah tidak terlalu banyak mbak, karena ya itu, dalam berjualan saya berusaha jujur. Makanya ketika rugi lama-kelamaan tertutupi sendiri dengan keuntungan yang saya dapat.”<sup>91</sup>*

<sup>89</sup> Abd. Fakeh, *Wawancara*, (Jombang, 10 Mei 2016)

<sup>90</sup> Dimiati, *Wawancara*, (Jombang, 10 Mei 2016)

<sup>91</sup> Khotib, *Wawancara*, (Jombang, 10 Mei 2016)

- (3) Prinsip keadilan; menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional obyektif, serta dapat dipertanggung jawabkan.
- (4) Prinsip saling menguntungkan (mutual benefit principle) ; menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak. Sebagai contoh Bapak Khotib, selain berpegang teguh pada nilai kejujuran, Bapak Khotib juga berusaha agar tidak ada yang dirugikan antara penjual dan pembeli

*“ndak mbak, saya tidak pernah mematok harga sekian sehingga pembeli tidak bisa menawar. Sewajarnya saja mbak, di pasar ya bertemunya dengan tawar-menawar. Kalau semua harga sudah dipatok bisa tidak jadi mampir si pembeli hehehe. Prinsip saya dalam berjualan ya sama-sama ridho mbak. Saya untung, pembeli juga tidak rugi. Pembeli bebas menawar dengan harga berapa saja. Yang jelas selama saya tidak rugi tidak ada masalah mbak. Kalau pembeli menawar di bawah harga beli saya, baru saya tidak mau mbak. Yang jelas melihat situasi dan kondisi lah mbak. Kalau dipasaran buah masih sangat mahal, ya saya tidak akan menjual buah dengan harga murah di bawah pasaran. Kasian juga pesaing saya mbak.”<sup>92</sup>*

- (5) Prinsip integritas moral; terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan/orang-orangnya maupun perusahaannya.<sup>93</sup>

---

<sup>92</sup> Khotib, Wawancara, (Jombang, 10 Mei 2016)

<sup>93</sup> A. Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan Dan Relevansinya*, h. 89



### C. **Praktek Penetapan Harga Oleh Pedagang Buah Di Pasar Peterongan Jombang Tinjauan Hukum Islam**

Harga adalah titik pertemuan antara permintaan dan penawaran. Sedangkan dalam menentukan harga para pedagang juga akan mengambil keuntungan sebagai hasil dari penjualan. Maka sangat erat hubungannya konsep pengambilan keuntungan dalam suatu penentuan harga. Dalam pengambilan keuntungan, Islam tidak memiliki batasan atau standar yang jelas tentang laba atau keuntungan. Sehingga, pedagang bebas menentukan laba yang diinginkan dari suatu barang.<sup>94</sup> Maka, dalam hal ini peneliti akan mengaitkan penentuan harga oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang dengan etika berdagang dalam Islam dan pandangan beberapa ahli fiqih mengenai batas pengambilan keuntungan.

Salah satu etika berdagang adalah bersikap jujur.<sup>95</sup> Rasulullah bersabda “Penjual dan pembeli memiliki hak memilih selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan apa adanya, mereka akan mendapat berkah dari jual belinya. Namun, jika mereka saling menyembunyikan sesuatu dan berdusta, keberkahan akan lenyap.”<sup>96</sup> Sikap jujur ini sudah diterapkan oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang, seperti yang dikemukakan Bapak Khotib ketika ditanya tentang kerugian yang pernah beliau alami

*“pasti pernah mbak. Sepertinya tidak ada orang usaha tidak pernah mengalami kerugian mbak. Tapi kerugian yang saya alami*

<sup>94</sup> Wahbah al-Zuhaili, *Al-Mu'amalat al-Mu'ashirah* ( Bairut: Dar al-Fikr), h. 139

<sup>95</sup> Ismail, Muhammad, *Adab Berdagang Dalam Islam*, <http://www.muslimbusana.com>, diakses tanggal 10 Juli 2016

<sup>96</sup> (HR Bukhari dan Muslim)

*Alhamdulillah tidak terlalu banyak mbak, karena ya itu, dalam berjualan saya berusaha jujur. Makanya ketika rugi lama-kelamaan tertutupi sendiri dengan keuntungan yang saya dapat.”*

Selanjutnya setiap pedagang juga harus bertanggung jawab atas usaha, pekerjaan, dan profesi yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab di sini artinya, mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat. Dengan demikian, kewajiban dan tanggungjawab para pedagang antara lain: menyediakan barang dan/atau jasa kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup serta kegunaan dan manfaat yang memadai. Rasulullah SAW bersabda yang artinya: “Allah tidak akan berbelas kasihan terhadap orang-orang yang tidak mempunyai belas kasihan terhadap orang lain.”<sup>97</sup> Rata-rata para pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang telah bertanggung jawab dan mampu menjaga amanah, terbukti mereka memiliki pelanggan tetap dan banyak juga pelanggan asing yang kemudian membeli dagangan mereka, seperti yang dikemukakan Bapak Kimyanah ketika menjelaskan harga buah yang ia patok

*“kalau masalah harga saya patok mbak. Karena memang berbeda dengan penjual buah yang lain. Rata-rata pelanggan saya dan orang-orang sekitar sini sendiri juga tahu sistem jualan saya, karena buah yang saya jual juga sebenarnya kualitas istana buah. Saya sudah jelaskan tadi harga jual saya tentukan dari total biaya yang saya keluarkan, kemudian saya bagi perkemasan buah tersebut, yang kemudian saya tambahkan laba yang saya inginkan dan itu juga sudah saya perkirakan dengan jangkauan masyarakat, artinya saya juga menghindari harga terlalu mahal. Jadi misal harga apel perkemasan 10.000 ya semuanya seharga itu, nanti beda lagi sama anggur dan lain-lain. Pembeli memang tidak bisa menawar lagi*

---

<sup>97</sup> (HR. Bukhari)



*mbak, tapi jika pembeli membeli lebih dari dua terkadang saya memberi potongan entah 2000 atau 2500 mbak.”<sup>98</sup>*

Pandangan ulama tentang batasan pengambilan laba

Laba adalah keuntungan atau hasil dari penjualan.<sup>99</sup> menurut Al-Mushlih dan Ash-Shawi, Laba adalah selisih lebih hasil penjualan dari harga pokok dan biaya operasi. Kalangan ekonomi mendefinisikannya sebagai, selisih antara total penjualan dengan total biaya. Total penjualan, yakni harga barang yang dijual, dan total biaya operasional adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam penjualan, yang terlihat dan tersembunyi.<sup>100</sup>

Berkata Ibnu al-Arabi, “Setiap *mu’awadhah* (barter) merupakan perdagangan terhadap apa pun bentuk barang penggantinya. Si pelaku barter hanya menginginkan kualitas (sifat) barang atau jumlahnya, sedangkan laba adalah kelebihan yang diperoleh oleh seseorang atas nilai barang pengganti.” Dari pernyataan ini dipahami bahwa laba ialah hasil dari selisih nilai awal harga pembelian dengan nilai penjualan.<sup>101</sup> Dalam hal ini metode penetapan harga berupa penetapan harga biaya plus, penetapan harga Mark-Up, penetapan harga berdasarkan harga pesaing/competitor, dan penetapan harga berdasarkan permintaan yang diterapkan pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang merupakan laba sebagaimana yang disebutkan Ibnu al-Arabi, yaitu adanya selisih antara harga jual dan harga beli yang kemudian disebut keuntungan atau margin.

<sup>98</sup> Kimyanah, *Wawancara*, (Jombang, 11 Mei 2016)

<sup>99</sup> EM Zulfajei & Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Difa Publisher, h. 505

<sup>100</sup> Abdullah Al-Mushlih & Shalah Ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam* (Jakarta: Darul Haq, 2004), h. 78

<sup>101</sup> Ibnu al-Arabi, *Ahkam Al-Qur’an* (Bairut: Dar al-Fikr), juz I, h. 123

Berbicara tentang laba atau keuntungan, tentu yang dimaksud adalah hasil yang diusahakan melebihi dari nilai harga barang. Dalam pandangan Wahbah al-Zuhaili, pada dasarnya, Islam tidak memiliki batasan atau standar yang jelas tentang laba atau keuntungan. Sehingga, pedagang bebas menentukan laba yang diinginkan dari suatu barang. Hanya saja, menurut beliau keuntungan yang berkah (baik) adalah keuntungan yang tidak melebihi sepertiga harga modal.<sup>102</sup> Maka dalam hal ini pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang sudah menerapkan keuntungan yang berkah (baik), mereka tidak mengambil keuntungan lebih dari sepertiga harga modal, seperti yang dijelaskan Bapak Kimyanah

*“tidak tentu mbak, karna saya berjualan dengan cara yang berbeda, jadi saya tidak bisa melihat pesaing disini. Saya kira-kira sendiri laba yang ingin saya peroleh. Mungkin rata-rata 5 sampai 15% keuntungan yang saya peroleh.”<sup>103</sup>*

Dan sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Abd. Fakeh

*“kalau saya berani mematok harga yang sedikit mahal untuk buah-buah yang saya jual mbak, karena buah-buah yang saya jual kualitasnya juga bagus. Saya kulakan bukan mencari yang murah kemudian dapat saya jual dengan harga murah, tapi buahnya jelek. Bagi saya yang penting adalah kualitas buah mbak. Tetapi tetap melihat kondisi mbak, bukan berarti buah saya bagus, kemudian saya ambil keuntungan sebanyak-banyaknya. Cuman, jika dibandingkan dengan buah-buah yang dipinggiran pasar, ya buah yang saya jual lebih mahal.”<sup>104</sup>*

Berdasarkan firman Allah SWT yang artinya *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan (tjariah) yang*

<sup>102</sup> Wahbah al-Zuhaili, *Al-Mu'amalat al-Mu'ashirah*, h. 139

<sup>103</sup> Kimyanah, *Wawancara*, (Jombang, 11 Mei 2016)

<sup>104</sup> Abd. Fakeh, *Wawancara*, (Jombang, 10 Mei 2016)

*berlakudengan suka sama suka (saling ridha) di antara kamu.”*<sup>105</sup> Ayat ini membolehkan berdagang (*tijarah*), sekaligus membolehkan mencari laba (*ar ribhu*). Pengertian berdagang (*tijarah*) adalah aktivitas jual beli dengan tujuan memperoleh laba (*al bai' wa al syira` li gharadh ar ribhi*).<sup>106</sup>

Mencari laba berdasarkan ayat di atas, berapa pun besarnya, bersifat mutlak, tidak ada batas maksimal laba tetapan syariah, tidak ada dalil syar'i yang membatasi kemutlakan ayat tersebut. Dalam hal ini kaidah ushul fikih menetapkan : *al muthlaqu yajriy 'alaa ithlaaqihi maa lam yarid daliihunyaladullu 'ala at taqyiid* (dalil yang mutlak tetap dalam kemutlakannya, selama tidak terdapat dalil yang menunjukkan adanya pembatasan).<sup>107</sup>

Ibnu al-Arabi juga mengatakan, bahwa tidak boleh mengambil keuntungan terlalu besar. Beliau mengategorikan hal tersebut dengan orang yang makan harta orang lain dengan jalan yang tidak benar, di samping itu juga masuk dalam kategori penipuan. Karena dalam pandangan beliau, hal itu bukanlah *tabarru'* (pemberian sukarela) juga bukan *mu'awadhah* (tukar-menukar), karena pada biasanya dalam *mu'awadhah* tidak sampai mengambil laba terlalu besar.<sup>108</sup>

Pendapat Ibnu al-Arabi ini sama dengan pendapat yang dikemukakan Imam Malik bin Anas. Dalam pandangan Imam Malik, pelaku usaha atau

---

<sup>105</sup> QS. An Nisaa` [4] : 29

<sup>106</sup> Wahbah al-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir Fil Aqidah Wasy-Syari'ah Wal Manhaj*, jilid 5 (Beirut: Darul Fikr, 2009), h. 31

<sup>107</sup> Wahbah al-Zuhaili, *Usul al-Fiqh al-Islami*, jilid 1 (Beirut: 1986), h. 208

<sup>108</sup> Ibnu al-Arabi, *Ahkam Al-Qur'an* ( Bairut: Dar al-Fikr), juz I, h. 408-409

pedagang pasar tidak boleh menjual barangnya di atas harga pasaran. Mengingat, mereka juga harus memperhatikan kemaslahatan para pembeli. Hal ini sesuai dengan metode penetapan harga pesaing/competitor seperti yang dilakukan Bapak Khotib

*“kalau saya biasanya harga belinya itu berapa, nanti saya bagi perkilonya berapa. Kalau sudah ketemu, itu saya tambah sepuluh persen biasanya mbak. Dengan tetap melihat harga pesaing mbak. Karena kalau saya kasih harga tinggi dengan kemauan saya sendiri, bisa tidak laku dagangan saya. Mbak tau sendiri disini pedagang buah banyak sekali”<sup>109</sup>*

Hal serupa juga dikemukakan oleh Bapak Mul

*“rata-rata seperti itu si mbak, tergantung penawaran antara saya dan pelanggan juga. Selain melihat pesaing, kadang saya juga ambil laba dibawah 20%, itu ketika sekiranya buah sudah jarang laku. Tetapi rata-rata saya dapat laba 20% dari harga beli mbak, karena menurut saya itu juga sudah laba minimum dipasaran.”<sup>110</sup>*

Sedangkan menjual barang dengan harga di atas harga pasaran (normal) akan mengabaikan kemaslahatan pembeli. Bahkan, dalam hal ini beliau memberikan peringatan dengan sangat tegas. Kalau sekiranya ada pedagang (di pasar) menjual di luar harga pasaran, maka harus dikeluarkan dari pasar tersebut.<sup>111</sup>

Sedangkan menurut sebagian ulama dari kalangan Malikiyyah membatasi maksimal pengambilan laba tidak boleh melebihi sepertiga dari modal. Mereka menyamakan dengan harta wasiat, di mana Syari' membatasi hanya sepertiga dalam hal wasiat. Sebab wasiat yang melebihi

<sup>109</sup> Khotib, *Wawancara*, (Jombang, 10 Mei 2016)

<sup>110</sup> Mul, *Wawancara*, (Jombang, 11 Mei 2016)

<sup>111</sup> An-Nawawi, *Al-Majmu'*, Maktabah Syamilah, juz XIII, h. 34-35

batas tersebut akan merugikan ahli waris yang lain. Begitu pula laba yang berlebihan akan merugikan para konsumen (pembeli). Oleh sebab itu, laba tertinggi tidak boleh melebihi dari sepertiga.<sup>112</sup>

Islam memang tidak memberikan standarisasi pasti terkait pengambilan laba dalam jual beli. Kendatipun begitu, sepantasnya bagi seorang muslim untuk tidak mendhalimi sesama muslim yang lain dengan mengambil keuntungan terlalu besar. Harga yang sangat mahal karena keuntungan yang diambil sangat besar tentu sangat memberatkan kepada pihak pembeli. Dalam hal ini, tidak akan ada istilah tolong menolong yang sedari awal sangat diwanti-wanti oleh Islam. Islam tidak melarang untuk mengambil keuntungan, namun dalam batas kewajaran.

---

<sup>112</sup> Wahbah al-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh* (Bairut: Dar al-Fikr), juz V, h. 307



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Setelah dijelaskan uraian teori dan analisis di atas, maka dalam penelitian ini diperoleh beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Berkaitan dengan praktek penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang, bahwa Pasar Peterongan Jombang adalah termasuk pasar persaingan sempurna, dimana harga pasar terbentuk dari keseimbangan permintaan dan penawaran. Metode penetapan harga yang digunakan para pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang juga beragam, mulai penetapan harga biaya plus, penetapan harga Mark-Up, penetapan harga berdasarkan harga pesaing/competitor, dan penetapan harga berdasarkan permintaan.

2. Tentang praktek penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang tinjauan hukum Islam, yaitu etika berdagang dalam Islam dan pandangan beberapa ahli fiqih mengenai batas pengambilan keuntungan. Dalam hal etika berdagang yang baik dalam Islam pedagang harus memenuhi kriteria berupa kejujuran, bertanggung jawab, dan amanah, maka pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang telah memenuhi ketiga unsur tersebut, salah satu buktinya adalah mereka memiliki pelanggan yang tetap, yang percaya akan kualitas perdagangan yang mereka lakukan. Sedangkan dalam hal batas pengambilan keuntungan Wahbah Zuhaili berpendapat tidak ada batas tertentu dalam pengambilan keuntungan, demikian juga yang dijelaskan Ibnu al-Arabi, tidak ada batasan dalam pengambilan keuntungan, tetapi selanjutnya Ibnu al-Arabi menjelaskan bahwa keuntungan yang berkah (baik) adalah tidak melebihi sepertiga harga modal. Hal ini sesuai dengan apa yang diterapkan oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang.

#### **B. Saran**

Adapun saran yang dapat peneliti kemukakan sebagai bahan pertimbangan dikemudian hari adalah:

1. Pertimbangan bagi para pedagang khususnya pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang, agar memahami dan mempraktekkan etika berdagang yang baik menurut islam, dan berusaha untuk tidak mendekati apa-apa yang dilarang dalam menurut hukum islam seperti penipuan dan riba.

2. Seiring dengan transaksi jual beli oleh pedagang, hendaknya pemerintah dan pemerintah daerah tetap melakukan pengawasan yang ketat guna melindungi kepentingan masyarakat pada umumnya.
3. Selanjutnya, hendaknya penelitian tentang praktek penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang ini dapat dijadikan sebagai wawasan dan bahan pertimbangan lain bagi para akademisi yang ingin meneliti lebih jauh tentang praktek penetapan harga oleh para pedagang.





## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'ân al-Karîm

### **Buku :**

Ashshofa, Burhan. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

2001

A.Bilas, Richard. *Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 1992

A.Karim, Adiwarmarman. *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*.

Jakarta: Gema Insani Press. 2001

Djunaedi, Wawan. *Fiqh*. Jakarta: PT Listafariska Putra. 2008

Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama. 2007

Hartono, Tony. *Mekanisme Ekonomi Dalam Konteks Ekonomi Indonesia*.

Bandung : PT Remaja Rosdakarya. 2006

Hendi, Suhendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

1997

Ihsan, Ghufroon. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Prenada Media Group. 2008

J. Stanton, William. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 1984

Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar

Maju. 2009

Keraf, A. Sony. *Etika Bisnis Tuntutan Dan Relevansinya*. Yogyakarta:

Kanisius. 1998

Kusuma, Nana Sudjana Ahwal Kusuma. *Metodologi Penelitian Agama*

*Pendekatan Teori dan Praktek*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

2002

- Lipsey, Richard, dkk. *Ilmu Ekonomi*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 1993
- Mankiw, N. Gregory. *Pengantar Ekonomi*. Jakarta : Erlangga. 2003
- Murni, Asfia. *Ekonomika Mikro*. Bandung: PT. Refika Aditama. 2012
- Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo. 2008
- Nasution, AZ. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Diadit Media. 2002
- Nasution, Bahder Johan. *Metode Penelitian Ilmu Hukum*. Bandung: CV Mandar Maju. 2008
- Nasution, Mustafa Edwin. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana. 2007
- Priadana, Moh Sidik dan Saludin Muis. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2009
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani. 1997
- Rahardja, Prathama. *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pngantar*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 2006
- Rifai, Veithzal dkk. *Islamic Transaction Law In Business Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2011
- Rozalinda. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2015
- Syafei Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia. 2000
- Soeharno. *Teori Mikro Ekonomi*. Yogyakarta: Andi Offset. 2009

Suandi Hamid, Edi. *Perekonomian Indonesia : Masalah dan Kebijakan Kontemporer*. Yogyakarta: UII Press. 2000

Sudarsosno, Heri. *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Yogyakarta : Ekonosia. 2002

Sukirno, Sadono. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar ed 3*. Jakarta: Rajawali Pers. 2010

Suprayitno, Eko. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: IUN Malang Press. 2008

Swasta, Basu DH. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty. 1986

Waluyo, Bambang. *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Grafika. 2008

Wirartha, Made. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta : Andi. 2006

**Kitab:**

Al-Zuhaily, Wahbah. *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*. Damaskus. 2005

Al-Arabi, Ibnu. *Ahkam Al-Quran*. Bairut: Dar al-Fikr

Manzhur, Ibnu. *At-Tas`ir Ahkamuhu Dirasah Fiqhiyah Muqaranah*.

Dikutip oleh Ahmad Irfah

Malik Kamal bin As-Sayyid Salim, Abu. *Shahih Fiqih Sunnah*. Jakarta: Pustaka At-Tazkia. 2006

Qayyim, Ibnu. *Ath-Thuruqul Hukmiyah fi As-Siyasah Al-Syar`Iyah*. Riyadh: Maktabah Nazar Musthofa Al-Baz. 1996

**Skripsi:**

Ely Nur Jaliyah, “*Pandangan Hukum Islam Terhadap Penetapan Dalam Jual Beli Di Rumah Makan Prasmanan Pendowo Limo Jl. Bima Sakti No.37 Sapen Yogyakarta*”, skripsi (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2010).

Roy Surya Satriawan, “*Analisa Metode dan Strategi Penetapan Harga Di PT.Sagateknindo Sejati Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*”, skripsi (Jakarta, 2004)

**Website :**

[http//Batasan Laba Maksimum Dalam Penjualan tanggal 23 Mei 2016](#)  
Pukul 09.00

[http//Skema Piramida Dalam Undang-Undang Perdagangan tanggal 23 Mei 2016](#) Pukul 09.00

[http//Majalah Pengusaha Muslim Edisi 6 Volume 1 Tanggal 1 Mei 2016.](#)  
Pukul 10.20

**Wawancara :**

Abd. Fakeh, Wawancara, Pedagang Buah, (Jombang, 10 Mei 2016)

Dimiati, Wawancara, Pedagang Buah, (Jombang, 10 Mei 2016)

Khotib, Wawancara, Pedagang Buah, (Jombang, 10 Mei 2016)

Kimyanah, Wawancara, Pedagang Buah, (Jombang, 11 Mei 2016)

Mul, Wawancara, Pedagang Buah, (Jombang, 11 Mei 2016)

Widji Rahayu, wawancara, ibu rumah tangga, (Jombang, 18 Mei 2016)



## Hasil Wawancara

Pak Khotib, Gading Tugu Jombang, umur 50 tahun

1. Bagaimana bapak menetapkan harga untuk buah-buah yang bapak jual ?

*“kalau saya biasanya harga belinya itu berapa, nanti saya bagi perkilonya berapa. Kalau sudah ketemu, itu saya tambah sepuluh persen biasanya mbak. Dengan tetap melihat harga pesaing mbak. Karena kalau saya kasih harga tinggi dengan kemauan saya sendiri, bisa tidak laku dagangan saya. Mbak tau sendiri disini pedagang buah banyak sekali”*

2. Apakah laba yang bapak peroleh selalu konsisten sepuluh persen dari harga waktu bapak beli ?

*“tidak tentu mbak, sepuluh persen itu rata-rata. Ya itu tadi mbak, saya tetap melihat harga pesaing saya. Kalau buah lagi musim-musimnya kan biasanya banyak itu, pernah saya dapat untung hanya berkisar dua persen dari harga beli. Saya berfikir daripada buah pada busuk nantinya, mending saya pasang strategi agar buah tersebut tetap dibeli, salah satunya ya itu mbak, dengan tidak mematok harga diatas harga pesaing.”*

3. Apa bapak pernah mematok harga sekian, sehingga pembeli tidak bisa menawar lagi ?

*“tidak mbak, saya tidak pernah mematok harga sekian sehingga pembeli tidak bisa menawar. Sewajarnya saja mbak, di pasar ya bertemunya dengan tawar-menawar. Kalau semua harga sudah dipatok bisa tidak jadi mampir si pembeli hehehe. Prinsip saya dalam berjualan ya sama-sama ridho mbak. Saya untung, pembeli juga tidak rugi. Pembeli bebas menawar dengan harga berapa saja. Yang jelas selama saya tidak rugi tidak ada masalah mbak. Kalau pembeli menawar di bawah harga beli saya, baru saya tidak mau mbak. Yang jelas melihat situasi dan kondisi lah mbak. Kalau dipasaran buah masih sangat mahal, ya saya tidak akan menjual buah dengan harga murah di bawah pasaran. Kasian juga pesaing saya mbak.”*

4. Apakah bapak pernah mengalami kerugian ? apa yang bapak lakukan ketika mengalami kerugian ?

*“pasti pernah mbak. Sepertinya tidak ada orang usaha tidak pernah mengalami kerugian mbak. Tapi kerugian yang saya alami Alhamdulillah tidak terlalu banyak mbak, karena ya itu, dalam berjualan saya berusaha jujur. Makanya ketika rugi lama-kelamaan tertutupi sendiri dengan keuntungan yang saya dapat.”*

Abd. Fakeh, Rejoso Jombang, umur 32 tahun

1. Bagaimana Bapak menetapkan harga untuk buah yang bapak jual ?

*“kalau saya berani mematok harga yang sedikit mahal untuk buah-buah yang saya jual mbak, karena buah-buah yang saya jual kualitasnya juga bagus. Saya kulakan bukan mencari yang murah kemudian dapat saya jual dengan harga murah, tapi buahnya jelek. Bagi saya yang penting adalah kualitas buah mbak. Tetapi tetap melihat kondisi mbak, bukan berarti buah saya bagus, kemudian saya ambil keuntungan sebanyak-banyaknya. Cuman, jika dibandingkan dengan buah-buah yang dipinggiran pasar, ya buah yang saya jual lebih mahal.”*

2. Apakah laba yang bapak peroleh selalu konsisten ?

*“saya selalu mentarget hasil penjualan saya mbak, minimal laba yang saya peroleh lima persen dari harga semula ketika saya beli buah tersebut. Jadi begini mbak, saya pakai strategi dalam sistem jualan saya. Pertama ketika pembeli datang dan menanyakan harga, harga awal saya beli saya tambah bukan lima persennya, melainkan di atasnya, sepuluh persen atau bahkan hingga dua puluh persen, kemudian saya tawarkan lagi, itu kalau beli sekilo, nanti kalau belinya dua kilo atau lebih saya kasih potongan lagi, entah itu hanya seribu lima ratus atau dua ribu. Itu sudah menjadi point tersendiri bagi pembeli mbak. Itu juga menjadi salah satu strategi saya dalam menghadapi pesaing.”*

3. Apa bapak pernah mematok harga sekian, sehingga pembeli tidak bisa menawar lagi ?

*“tidak mbak, justru kalau saya mematok harga, itu bisa membunuh pasaran penjualan saya sendiri. Sekarang gini, saya tadi sudah menjelaskan sama sampeyan, kalau buah yang saya jual sedikit lebih mahal dari harga pasaran tetapi memang buahnya bagus. Tidak bisa dipungkiri persaingan tetap persaingan. Kalau saya mematok harga, misal saya tuliskan harganya di kertas besar, selain pembeli seakan tidak bisa menawar, pembeli juga malas untuk mampir karena harga buahnya mahal. Jadi intinya, saya menarik pelanggan itu dengan kualitas buah yang saya miliki.”*

4. Apakah bapak pernah mengalami kerugian ? apa yang bapak lakukan ketika mengalami kerugian ?

*“pernah mbak, tapi itu bukan dari pelanggan. Waktu itu ketika saya memborong buah dari produsen awal, eh...ternyata buah yang sudah dijanjikan kualitasnya kepada saya tidak semuanya memenuhi kualitas yang dijanjikan, karna waktu itu bukan saya sendiri yang mengambil, melainkan saya menyuruh orang lain.*



*Akhirnya, karena saya juga tidak ingin merugikan pelanggan saya, maka saya juga konsekuen, saya menjual buah tadi dengan harga yang standart dengan kualitas buahnya, dengan cara saya memisahkan antara buah yang masih bagus kualitasnya dan buah yang kualitasnya kurang bagus dengan harga lumayan murah.”*

Dimiati, Mancar Jombang, umur 50 tahun

1. Bagaimana bapak menetapkan harga untuk buah yang bapak jual ?

*“biasanya saya itu langsung beli buah dari pemilik buah itu sendiri mbak. Misalnya pemilik pohonnya langsung saya borong satu pohon gitu mbak. Jadi ketika buah itu musim, saya mencoba berkeliling dulu mencari pemilik pohon. Kalau tidak ada baru saya cari grosiran buah, misal di Malang atau Blitar dan lain-lain. Dari situ nanti buah saya pisahkan mana yang masih bagus saya kumpulkan dengan yang bagus, kemudian yang agak bagus saya sendirikan juga, dan yang terakhir yang sudah jelek juga tetap saya jual mbak. Nah, ini untungnya saya kalau beli langsung di pemilik pohon mbak, saya bisa menjual buah tersebut dengan lebih murah atau bisa jadi grosiran buah tersebut. Tidak jarang para penjual lain juga kulakan di tempat saya. Kalau buah sudah saya kelompokkan seperti tadi, baru saya saya timbang berapa kilo yang dapat saya jual. Kemudian harga awal ketika saya memborong buah tersebut saya bagi persatu kilonya. Kemudian sama ambil keuntungan biasanya sepenuhnya dari buah yang masih bagus mbak. Biasanya harga jual saya tambah dua puluh persen.”*

2. Apakah laba yang bapak peroleh selalu konsisten ?

*“kalau konsisten ya ndak mesti se mbak. Tapi rata-rata laba yang saya dapat sesuai target mbak.”*

3. Kemudian bagaimana bapak menjual buah yang sudah jelek tadi ?

*“nah, kalau buah yang sudah jelek tetap saya jual dengan harga dibawah pasaran biasanya mbak, karena kasian pembeli kalau harganya terlalu mahal.”*

4. Mohon maaf, Apakah bapak selalu menuliskan harga diatas kertas kemudian memasangnya diatas buah ? dan apakah itu berarti bapak mematok harga buah tersebut, sehingga pembeli tidak perlu menawar ?

*“tidak selalu si mbak, itu kalau ada buah yang luarnya sudah tidak menarik lagi, dalam artian saya menjualnya dengan harga obral mbak. Kalau yang saya tuliskan gitu artinya ya harganya sudah saya patok itu, dalam artian sudah tidak ada tawar-menawar lagi, karena harga sudah saya obral mbak, dalam artian*



*saya press, malah kadang-kadang saya dapat keuntungan minim sekali dari buah yang saya obral gitu.”*

5. Mohon maaf pak, saya melihat tulisan harga yang obral itu kadang kala posisinya seakan diatas buah yang kualitasnya masih cukup bagus, kemudian ternyata buah yang dimaksud berada dibelakang tulisan tersebut, seakan tidak Nampak jelas oleh pembeli secara kasat mata, apakah hal seperti ini tidak mengecewakan pembeli pak ?

*“kalau saya pribadi sendiri jujur tidak ada maksud untuk menipu siapapun, termasuk pembeli. Tujuan awal saya memasang harga tersebut memang salah satunya untuk menarik pelanggan. Agar buah cepat laku, sengaja harga saya turunkan sampai dibawah pasaran. karena itu, salah satu trik saya dalam menarik pelanggan adalah dengan menuliskan harga tersebut. Kalau tulisan saya letakkan diatas buah itu bukan dengan sengaja seperti itu mbak. Sebenarnya saya pikir itu tidak ada masalah, khan nanti pelanggan juga bertanya dulu mbak sebelum membeli, misalnya “ini yang lima ribuan yang mana pak?” seperti itu. Biasanya kalau harga sudah saya tuliskan gitu ya berarti harganya itu mbak, ndak bisa ditawar lagi, toh itu juga sudah murah banded, dibawah pasaran.”*

6. Apakah bapak selalu mematok harga setiap jenis buah ?

*“tidak lah mbak, kalau buah masih bagus ya tidak saya patok harga seperti itu, pembeli bisa menawar sebebannya. Baru kalau buah sudah lama ada di took atau sudah kelihatan sedikit tidak menarik, itu yang saya obral. Itupun bukan berarti buah sudah busuk mbak, hanya saja biasanya kalau saya menyebutnya “kematengen”*

7. Apakah bapak pernah mengalami kerugian ? apa yang bapak lakukan ketika mengalami kerugian ?

*“rugi pasti pernah mbak. Ya saya berusaha untuk menutupi kerugian tersebut mbak. Karena saya pikir apa gunanya berjualan kalau rugi. Kalau cara saya menutupi rugi, saya tingkatkan laba penjualan pada buah-buah yang masih bagus kualitasnya.”*

Kimyanah, Dukuan Santren Jombang, umur 38 tahun

1. Bisa bapak ceritakan sekilas kepada saya bagaimana sistem jual bapak yang berbeda dari yang lain ini ?

*“iya mbak memang saya sedikit berbeda dari yang lain. Kalau yang lain menjual buah secara utuh, kalau saya menjual buah yang potong-potongan. Mulanya saya berfikir buah-buah yang dijual di istana buah pastilah kualitasnya tidak*

*diragukan lagi, bahkan mereka tidak menjual buah yang kualitasnya tidak bagus. Nah, yang namanya buah pasti lama-kelamaan mengalami penyusutan yang kemudian berujung menjadi busuk, kemudian saya berfikir dikemanakan buah-buah yang kualitasnya menurun tersebut, kalau dibuang sayang mbak. Dari situ saya ingin bekerja sama dengan istana buah yang ada di Jombang untuk membeli buah-buah yang sekiranya mereka tidak mampu lagi menjualnya. Buah-buah tersebut tidak busuk seutuhnya mbak, kualitasnya juga masih bagus, hanya saja tidak sesegar seperti pertama kali dijual. Saya mendapat harga murah dari istana buah, kemudian saya pilih yang masih layak, saya potong-potong, saya kemas dengan timbangan setengah kilogram, yang kemudian saya jual.”*

2. Bagaimana bapak menetapkan harga untuk buah yang bapak jual ?

*“cara saya menetapkan harga seperti ini mbak, jadi semua biaya saya total dulu, dari mulai harga awal saya beli, biaya transport sampai ketika saya memperkerjakan orang lain. Setelah ketemu total biaya keseluruhan, biaya tersebut saya tambahkan dengan laba yang saya inginkan, misal saya ingin keuntungan seluruhnya 30%, maka saya tambahkan biaya keseluruhan dengan 30% dari biaya keseluruhan. Kalau sudah ketemu baru saya bagi perkemasan buah yang sudah saya kemas.”*

3. Apakah laba yang bapak peroleh selalu konsisten ?

*“tidak tentu mbak, karna saya berjualan dengan cara yang berbeda, jadi saya tidak bisa melihat pesaing disini. Saya kira-kira sendiri laba yang ingin saya peroleh. Mungkin rata-rata 5 sampai 15% keuntungan yang saya peroleh.”*

4. Apa bapak pernah mematok harga sekian, sehingga pembeli tidak bisa menawar lagi ?

*“kalau masalah harga saya patok mbak. Karena memang berbeda dengan penjual buah yang lain. Rata-rata pelanggan saya dan orang-orang sekitar sini sendiri juga tahu sistem jualan saya, karena buah yang saya jual juga sebenarnya kualitas istana buah. Saya sudah jelaskan tadi harga jual saya tentukan dari total biaya yang saya keluarkan, kemudian saya bagi perkemasan buah tersebut, yang kemudian saya tambahkan laba yang saya inginkan dan itu juga sudah saya perkirakan dengan jangkauan masyarakat, artinya saya juga menghindari harga terlalu mahal. Jadi misal harga apel perkemasan 10.000 ya semuanya seharga itu, nanti beda lagi sama anggur dan lain-lain. Pembeli memang tidak bisa menawar lagi mbak, tapi jika pembeli membeli lebih dari dua terkadang saya memberi potongan entah 2000 atau 2500 mbak.”*

5. Apakah bapak pernah mengalami kerugian ? apa yang bapak lakukan ketika mengalami kerugian ?

*“kalau rugi hampir tidak pernah si mbak, kebetulan saya belum pernah menghitung kerugian saya, karena mungkin sudah tertutupi dengan laba yang saya peroleh. Kalaupun pernah rugi sepertinya tidak banyak kerugian yang saya dapat.”*

Mul, Mancar Jombang, umur 45 tahun

1. Bagaimana bapak menetapkan harga untuk buah yang bapak jual ?

*“harga jual saya tentukan dengan menghitung biaya beli ditambah dengan laba yang ingin saya capai. Misal saya membeli buah apel perkilogramnya seharga Rp 15.000 kemudian laba yang saya inginkan 20%, maka harga jual =  $15.000 + (20\% \times 15.000) = Rp 18.000$ ”*

2. Apakah laba yang bapak peroleh selalu konsisten 20% dari harga beli ?

*“rata-rata seperti itu si mbak, tergantung penawaran antara saya dan pelanggan juga. Selain melihat pesaing, kadang saya juga ambil laba dibawah 20%, itu ketika sekiranya buah sudah jarang laku. Tetapi rata-rata saya dapat laba 20% dari harga beli mbak, karena menurut saya itu juga sudah laba minimum dipasaran.”*

3. Apa bapak pernah mematok harga sekian, sehingga pembeli tidak bisa menawar lagi ?

*“kalau mematok harga tidak pernah mbak. Pembeli bebas menawar berapapun yang dia kehendaki. Dan selama itu tidak menimbulkan kerugian bagi penjualan saya, saya masih bisa melepaskan buah yang saya jual kepada pembeli. Yang tadi saya katakan mbak, saya juga mempertimbangkan permintaan dan penawaran dalam pasar.”*

4. Apakah bapak pernah mengalami kerugian ? apa yang bapak lakukan ketika mengalami kerugian ?

*“rugi pernah mbak, ketika itu buah lagi musimnya mbak, sehingga para penjual lain juga banyak sekali menjual buah tersebut. Bukan karena harga yang saya tawarkan terlalu mahal, melainkan karena banyaknya pesaing. Dan kesalahan yang saya lakukan, saya tetap mempertahankan harga jual kepada pembeli, tanpa mengurangi sedikitpun, akhirnya sebagian buah kualitasnya menurun dan sebagian terbuang. Mungkin hari itu saya rugi mbak, tetapi untuk selanjutnya tertutupi dengan keuntungan dari buah berikutnya.”*









KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
**FAKULTAS SYARIAH**

Terakreditasi "A" SK BAN-PT Depdiknas Nomor : 157/SK/BAN-PT/IAK-XVII/S/II/2013 (Al Ahwal Al Syakhshiyah)  
Terakreditasi "B" SK BAN-PT Nomor : 021/BAN-PT/IAK-XIV/S/1/VIII/2011 (Hukum Bisnis Syariah)  
Jl. Gajriyana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399, Faksimile (0341) 559399  
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id/>

Nomor : Un.03.2/TL.01/51/2016  
Lampiran : 1 eks  
Perihal : **Penelitian**

**Kepada Yth.  
Dinas perizinan  
Jombang**

*Assalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh*

Dengan hormat, kami mohon agar :

Nama : Almaulal Mahdiyyah  
NIM : 12220180  
Fakultas : Syariah  
Jurusan : Hukum Bisnis Syariah

diperkenankan mengadakan penelitian (*research*) di daerah/lingkungan wewenang Dinas Perindustrian dan Pasar Peterongan Jombang, guna menyelesaikan tugas akhir/skripsi, yang berjudul: **Penetapan Harga Oleh Pedagang Buah Di Pasar Peterongan Jombang Menurut Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dan Hukum Islam** , sebagaimana proposal skripsi terlampir.

Demikian, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu, kami mengucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh*



Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik

Drs. Suwandi, M.H.  
NIP. 19610415 200003 1 001

Tembusan:

1. Dekan
2. Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syariah
3. Kabag. Tata Usaha





PEMERINTAH KABUPATEN JOMBANG  
**BADAN PELAYANAN PERIZINAN**

Jl. Presiden KH. Abdurrahman Wahid No. 151 Telp. (0321) 873333 Faks. (0321) 851733  
JOMBANG

**SURAT IZIN**

Nomor : 072/ 648 /415. 21/2016

TENTANG

IZIN PENELITIAN

- Dasar :
- Peraturan Daerah Kabupaten Jombang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Badan Pelayanan Perizinan Kabupaten Jombang;
  - Keputusan Bupati Jombang Nomor 188.4.45/225/415.10.10/2014 tentang Pendelegasian Wewenang Penandatanganan Perizinan kepada Kepala Badan Pelayanan Perizinan Kabupaten Jombang;
  - Surat Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang nomor : Un.03.2/TL.01/409/2015 perihal permohonan Izin Penelitian.

MENGIZINKAN

Kepada

Nama : ALMAULAL MAHDYYAH  
NIM : 12220180  
Program Studi : Syariah  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
Kegiatan : Penelitian  
Waktu : 15 Mei 2016 s/d 14 Agustus 2016  
Judul Penelitian : Penetapan Harga Oleh Pedagang Buah di Pasar Peterongan Jombang Menurut Undang-Undang No.7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dan Hukum Islam  
Lokasi : 1. Disperindag dan Pasar Kab. Jombang;  
2. Pasar Peterongan Jombang.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Membawa manfaat bagi semua pihak;
- Melaksanakan Koordinasi dengan Instansi terkait;
- Mentaati tata tertib sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Tidak melakukan kegiatan di luar kegiatan survey/penelitian yang dimaksud;
- Menciptakan suasana yang kondusif di tempat kegiatan survey/penelitian yang dimaksud;
- Bertanggung Jawab atas semua permasalahan yang terjadi akibat kegiatan survey/penelitian dimaksud.

Demikian untuk dapat di pergunakan sebagaimana mestinya, dan apabila telah menyelesaikan pekerjaan Penelitian supaya melaporkan hasil pekerjaannya pada pemerintah kabupaten jombang melalui Badan Pelayanan Perizinan.

Ditetapkan di : Jombang

Pada tanggal : 13 MAY 2016

a.n. **BUPATI JOMBANG**  
**KEPALA BADAN PELAYANAN PERIZINAN**



**ABDUL QUDUS, SH.**  
Pembina Utama Muda  
NIP. 19610305 198907 1 002

Tembusan, Yth Saudara :

- Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang;
- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab. Jombang;
- Kepala Disperindag dan Pasar Kab. Jombang;
- Kepala Pasar Peterongan Jombang;
- Yang Bersangkutan.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
**FAKULTAS SYARIAH**

Terakreditasi "A" SK BAN-PT Depdiknas Nomor : 013/ BAN-PT/ Ak- X/S1/VI/2007  
Jl. Gajayana 50 Malang 65144, Indonesia Telp. (0341) 551-354 Fax. (0341) 572-533

**BUKTI KONSULTASI**

Nama Mahasiswa : Almaulal Mahdyah  
NIM : 12220180  
Fakultas/ Jurusan : Syariah/Hukum Bisnis Syariah  
Dosen Pembimbing : Burhanuddin Susanto, S.HI, M.H.  
Judul : **Penetapan Harga Dikalangan Pedagang Buah Di Pasar Peterongan Jombang Tinjauan Hukum Islam.**

No	Hari/ Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	Jumat, 29 Januari 2016	Proposal	
2	Jumat, 11 Maret 2016	Revisi dan ACC Proposal	
3	Rabu, 23 Maret 2016	BAB I, II, III	
4	Rabu, 13 April 2016	Revisi BAB I, II, III	
5	Rabu, 20 April 2016	BAB IV	
6	Selasa, 31 Mei 2016	Revisi BAB IV	
7	Rabu, 01 Juni 2016	Abstrak	
8	Rabu, 08 Juni 2016	ACC BAB I, II, III, dan IV	

Malang, Jum'at, 03 Juni 2016  
Mengetahui,  
a.n Dekan  
Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syariah



**Dr. H. Muhammad Nur Yasin, S.H., M. Ag**  
NIP: 196910241995031003



## RIWAYAT HIDUP



### **Biografi Penulis**

Nama : Almaulal Mahdyyah  
Tempat & Tanggal Lahir : Jombang, 18 Desember 1992  
Alamat : Mnacar Timur Rt 011 Rw 001 Kecamatan Peterongan Kabupaten Jombang  
Email : DYYAH\_alma@yahoo.co.id  
No. Telepon/ HP : 085748387157  
Nama Orang Tua : A. Hamim & Widji Rahaju  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Status Perkawinan : Belum Menikah  
Agama : Islam  
Hobi : Travelling  
Motto : Tersenyumlah Maka Dunia Akan Tersenyum Padamu  
Judul Skripsi : Penetapan Harga Dikalangan Pedagang Buah Di Pasar Peterongan Jombang

### **Pendidikan Formal**

1. MI Bustanul Ulum Jombang, Tahun lulus 2005.
2. SMPN 1 Peterongan Jombang, Tahun lulus 2008.
3. Pondok Modern Darussalam Gontor Ngawi, Tahun lulus 2011.
4. Strata 1 (S.1) Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Jawa Timur, lulus Tahun 2016.