

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PADA USAHA
FITRAH MEBEL DI KELURAHAN AIR TIRIS
MENURUT EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI



OLEH:

TIARA DEWI

NIM: 11525201436

PROGRAM S1

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

PEKANBARU

1441 H/ 2019 M

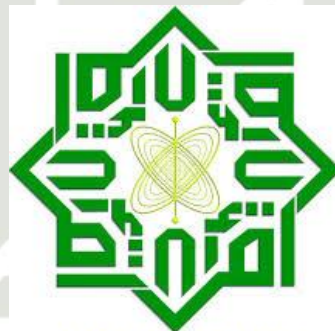
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PADA USAHA
FITRAH MEBEL DI KELURAHAN AIR TIRIS
MENURUT EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Menyelesaikan Tugas Akhir dan Syarat Mendapatkan Gelar
Sarjana Ekonomi Syariah (SE)



UIN SUSKA RIAU

OLEH:

TIARA DEWI

NIM: 11525201436

PROGRAM S1

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
PEKANBARU
1441 H/ 2019 M**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul: **STRATEGI PENETAPAN HARGA USAHA FITRAH
MEBEL KELURAHAN AIR TIRIS DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
MENURUT EKONOMI SYARIAH**, yang ditulis oleh:

Nama : TIARA DEWI
 Nim : 11525201436
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas
 Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 10 Oktober 2019
 Pembimbing Skripsi

Syamsurizal, SE, MSc, AK, CA
 NIP. 19801216 200912 1 002

UIN SUSKA RIAU



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PADA USAHA FITRAH**

MEBEL DI KELURAHAN AIR TIRIS MENURUT EKONOMI SYARIAH, yang ditulis oleh :

Nama : **TIARA DEWI**
 NIM : 11525201436
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 04 November 2019
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 28 November 2019 M
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dra. Nurlaili, M.Si

Sekretaris
Ade Fariz Fahrullah, M.Ag

Penguji I
H. M. Abdi Almaktsur, MA

Penguji II
Syamsurizal, SE., M.Sc. Ak, CA

Mengetahui :
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag
 NIP. 19580712 198603 1 005

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Tiara Dewi (2019): Strategi Penetapan Harga Jual Pada Usaha Fitrah Mebel Di Kelurahan Air Tiris Menurut Ekonomi Syariah.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penjualan pada usaha Fitrah Mebel Kelurahan Air Tiris yang masih fluktuatif, padahal usaha Fitrah Mebel Kelurahan Air Tiris sudah menawarkan harga produk yang murah dan memberikan kualitas produk yang terbaik jika dibandingkan dengan mebel yang lainnya. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi penetapan harga jual pada usaha Fitrah Mebel di Kelurahan Air Tiris, dan bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi penetapan harga jual pada usaha Fitrah Mebel di Kelurahan Air Tiris.

Penelitian ini bertempat di Jalan Pekanbaru-Bangkinang, Kelurahan Air Tiris, Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 6 orang terdiri dari 1 orang Pemilik, 1 orang Manager, dan 4 orang karyawan usaha Fitrah Mebel, dan dijadikan sampel seluruhnya dengan teknik *total sampling*. Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara, studi kepustakaan dan dokumentasi. Selanjutnya penulis menganalisis data dengan menggunakan metode *deskriptif kualitatif*.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, strategi penetapan harga jual yang dilakukan oleh usaha Fitrah Mebel dalam menetapkan harga dengan didasari oleh enam langkah pokok yaitu memilih sasaran harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, memilih metode penetapan harga, memilih harga akhir, dan strategi dalam menyesuaikan harga. Tinjauan ekonomi Islam tentang strategi penetapan harga jual pada usaha Fitrah Mebel di Kelurahan Air Tiris sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam. Karena usaha Fitrah Mebel mengutamakan kemaslahatan umat, dengan cara melihat kondisi keadaan pelanggan, keadaan ekonomi masyarakat dan melihat daya beli masyarakat, dilakukan suka sama suka dengan tidak ada unsur paksaan dan tidak ada unsur kezholiman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji hanya milik Allah SWT Tuhan sekalian alam yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada penulis sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan tepat pada waktunya. Sholawat dan salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad Saw yang telah menunaikan amanah dan risalah sehingga kita bisa merasakan nikmatnya Iman, Islam dan Ukhwah.

Penulisan skripsi yang berjudul: **“STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PADA USAHA FITRAH MEBEL DI KELURAHAN AIR TIRIS MENURUT EKONOMI SYARIAH”** Dimaksud untuk melengkapi tugas dan memenuhi sebagian syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari sempurna. Hal ini dikarenakan kemampuan dan cara berfikir penulis serta terbatasnya wawasan yang penulis miliki. Karena itu saran dan kritikan yang membangun sangat penulis harapkan. Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini banyak sekali bantuan, perhatian, bimbingan, motivasi, saran dan pikiran dari berbagai pihak yang penulis dapatkan, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada yang terhormat:

Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa mendoakan, memotivasi, dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus dukungana moril maupun materil serta memberi semangat kepada ananda yakni Ayah dan Ibu tercinta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S. Ag, M. Ag selaku rektor UIN SUSKA Riau beserta seluruh civitas akademika Uin Suska Riau.

Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M. Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum serta

Bapak Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL sebagai Wakil Dekan I, Bapak DR. Wahidin, S.

Ag, M. Ag sebagai wakil Dekan II, dan Bapak Dr. H. Magfirah, MA sebagai Wakil

Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi.

Bapak Bambang Hermanto, MA selaku Ketua jurusan Ekonomi Syariah Fakultas

Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau.

5. Bapak Syamsurizal, SE, M. Sc, Ak, CA selaku Sekretaris jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau sekaligus sebagai pembimbing yang

telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki, menyempurnakan, materi dan

mengarahkan dalam penulisan skripsi, dan telah memberikan waktu, dan motivasi

kepada penulis.

6. Bapak Amrul Muzan, MA selaku pembimbing akademik yang telah memberikan

nasehat dalam masa perkuliahan.

Bapak dan Ibu Dosen beserta staf dan tata usaha Fakultas Syariah dan Hukum yang

telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menjalani pendidikan di bangku

perkuliahan.

Bapak H. Bukhari selaku pemilik usaha Fitrah Mebel Kelurahan Air Tiris yang telah

membantu penulis dalam memberikan data dalam skripsi ini.

Bapak dan Ibu pengelola perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

Riau dan Fakultas Syariah dan Hukum.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepada seluruh teman-teman Ekonomi Syariah A 2015 yang telah memeberikan makna kebersamaan selama masa perkuliahan serta memotivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.

Butuh lembar yang lebih luas untuk berjuta nama yang tak tertulis, bukan maksud hati untuk melupakan jasa kalian semua. Akhirnya tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain terimakasih sedalam-dalamnya, semoga Allah SWT membalasnya dengan balasan yang berlipat ganda. Aamiin..

Wabillahitaufiq Walhidayah Wassalamualaim Wr. Wb

Pekanbaru, Juni 2019

Tiara Dewi
NIM. 11525201436

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
E. Metode penelitian	12
1. Lokasi Penelitian	12
2. Subjek dan Objek Penelitian	13
3. Populasi dan Sampel	13
4. Sumber Data	14
5. Teknik Pengumpulan Data	14
6. Teknik Analisa Data	15
7. Metode Penelitian	15
F. Sistematika Penulisan	16
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Kelurahan Air Tiris	18
1. Letak Geografis	18
2. Letak Demografi	19
3. Sosial Budaya Masyarakat	21
B. Usaha Fitrah Mebel	29
1. Gambaran Umum Usaha Fitrah Mebel	29
2. Struktur Organisasi Usaha Fitrah Mebel	30

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III LANDASAN TEORI

A. Usaha.....	32
1. Pengertian Usaha.....	32
2. Jenis-jenis Usaha.....	33
3. Prinsip-prinsip Usaha Dalam Islam	35
B. Penjualan.....	39
1. Pengertian Penjualan.....	39
2. Tujuan Penjualan.....	40
3. Hubungan Harga Jual Terhadap Penjualan.....	41
4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	42
5. Penjualan Dalam Ekonomi Islam.....	44
C. Strategi Penetapan Harga	48
1. Pengertian Strategi	48
2. Pengertian harga.....	51
3. Tujuan Penetapan Harga	56
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	58
5. Metode Penetapan Harga	61
6. Strategi Penetapan Harga	68
7. Strategi Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam.....	80

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Strategi Penetapan Harga Usaha
- Fitrah Mebel Kelurahan Air Tiris



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kecamatan Kampar Dalam Meningkatkan Penjualan.....	88
B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Penetapan Harga Usaha Fitrah Mebel Kelurahan Air Tiris Kecamatan Kampar.....	97
PENUTUP	
A. Kesimpulan	107
B. Saran.....	108

DAFTAR PUSTAKA

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

Tabel I.I	: Daftar harga barang usaha mebel di Air Tiris	9
Tabel II.I	: Jumlah penduduk Kelurahan Air Tiris menurut jenis kelamin	19
Tabel II.II	: Jumlah penduduk berdasarkan tingkat umur	20
Tabel II.III	: Klasifikasi penduduk Kelurahan Air Tiris menurut mata Pencapaian	22
Tabel II.IV	: Sarana ibadah di Kelurahan Air Tiris	23
Tabel II.V	: Penduduk menurut tingkat pendidikan	24
Tabel II.VI	: Sarana pendidikan di Kelurahan Air Tiris	24
Tabel II.VII	: Prasarana umum di Kelurahan Air Tiris	25
Tabel II.VIII	: Penduduk Air Tiris menurut suku	26
Tabel III.I	: Jumlah pendapatan penjualan usaha Fitrah Mebel Kelurahan Air Tiris	92

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A Latar Belakang Masalah

Usaha adalah suatu bentuk yang dapat menghasilkan uang dan dapat meningkatkan taraf hidup seseorang untuk menjadi lebih baik.¹ Suatu usaha yang kita jalani dapat menghasilkan laba semaksimal mungkin jika kita tekun dalam menjalani usaha tersebut. Banyak cara yang dilakukan oleh seseorang dalam memulai atau menjalani kegiatan usaha seperti sistem retail atau membuat sendiri produk yang akan dijual. Kegiatan usaha dengan cara membuat sendiri produk yang akan dijual akan lebih banyak kelebihannya dibandingkan sistem atau cara kegiatan usaha lain. Selain produk yang dijual lebih menarik minat, tentu cara ini lebih mudah dalam menafsirkan atau menargetkan laba dengan total produk yang akan dijual ke konsumen.

Manusia mempunyai keinginan yang tidak terbatas untuk mendapatkan kepuasan, sehingga ia ingin mencari harta kekayaan yang lebih banyak untuk memenuhi keinginan dan kepuasannya.² Misalnya saat ini banyak masyarakat yang tertarik membuka usaha sendiri yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya.

Islam menegaskan bahwa kegiatan manusia dalam berbisnis atau berdagang bukan semata-mata untuk mencari keuntungan, melainkan harus mengimplementasikan akhlak mulia sebagai landasannya. Ekonomi Islam

¹ Adiwarman A. Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 235

² Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995), h.

dalam melakukan usahanya didasari oleh nilai iman dan akhlak, moral etika bagi setiap aktivitasnya, baik dalam posisi sebagai konsumen, produsen, maupun distributor. Dalam Islam perdagangan harus dilakukan secara baik, dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, dalam Islam melarang keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak jujur, merugikan orang lain, harus menerapkan keadilan dan kejujuran dalam setiap kegiatan ekonomi.³ Syariat Islam yang agung sangat menganjurkan kaum muslimin untuk melakukan usaha yang berbasis syariah tentu ada anjuran-anjuran yang harus dilakukan dan dihindari. Sebagaimana ayat Al- Qur'an menjelaskan tentang kegiatan bisnis dan usaha: QS. An – Nisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu: Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”*.⁴

Pada dasarnya manusia dalam kehidupannya dituntut melakukan sesuatu usaha untuk mendapatkan hasil dalam pemenuhan hidupnya. Di dalam Islam, bekerja merupakan suatu kewajiban manusia. Menurut Imam

³ Izzan, Ahmad. Syahri Tanjung, *Ekonomi Syariah*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2006) h. 1

⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu, 2016), h. 83.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Syaibani bahwa bekerja merupakan unsur utama produksi mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam kehidupan, karena menunjang dalam pelaksanaan ibadah kepada Allah SWT, dan karena hukum bekerja dan usaha adalah wajib.⁵

Agama Islam memberikan kebebasan pada seluruh umatnya untuk memilih pekerjaan yang mereka senangi dan kuasai dengan baik. Banyak ayat Al-Qur'an yang mengupas tentang kewajiban manusia bekerja dan berusaha mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pada dasarnya Allah sudah menjanjikan rizki bagi makhluknya yang melata di permukaan bumi ini, namun untuk mendapatkan tersebut kita dituntut untuk bekerja dan berusaha, hal ini dijelaskan Allah dalam Al-Qur'an surat Al-Jumu'ah ayat 10.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ

تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”⁶ (Q.S. Al-Jumu'ah: 10)

Ayat ini mengajarkan kita untuk bekerja dan berusaha mencari rizki tentunya yang halal lagi baik. Manusia dalam kehidupannya dituntut

⁵Muhandis Natadiwirya, *Etika Bisnis Islami*, (Jakarta: Granada Press, 2007), h. 7

⁶ Kementerian Agama RI, *Op.Cit.*,h. 554.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan suatu usaha untuk mendatangkan hasil dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya.

Usaha yang dilakukan dapat berupa tindakan-tindakan untuk memperoleh dan memanfaatkan sumber daya yang memiliki nilai ekonomis guna memenuhi syarat-syarat minimal atau kebutuhan dasar agar dapat bertahan hidup, di mana kebutuhan dasar merupakan kebutuhan biologis dan lingkungan sosial, budaya yang harus dipenuhi bagi kesinambungan hidup individu dan masyarakat.

Tjiptono mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga sangat penting bagi perekonomian, karena harga sangat berperan dalam bisnis dan usaha yang dijalankan. Dengan kata lain tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang yang dijual.

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh produk yang diinginkan.⁷ Harga pada perekonomian biasanya tidak lepas dari faktor permintaan dan penawaran, seperti teori dalam hukum ekonomi apabila permintaan naik sedangkan penawar tetap secara otomatis harga akan ikut naik sesuai dengan naiknya permintaan, sebaliknya apabila permintaan tetap sedangkan penawaran terus bertambah harga akan cenderung turun karena pada dasarnya tingkat harga akan sama (searah) dengan tingkat permintaan

⁷ Suharno. Yudi Sutano, *Marketing In Practice*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) h. 178.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan berbanding terbalik dengan tingkat penawaran. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Ada beberapa prinsip ekonomi yang melandasi fungsi-fungsi pasar dalam masyarakat muslim. Semua harga, baik yang terkait dengan faktor-faktor produksi maupun produknya sendiri bersumber pada mekanisme ini, dan karena itu diakui sebagai harga-harga yang adil atau wajar.⁸

Harga jual sendiri merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi para konsumen dalam keputusannya untuk membeli suatu produk. Para konsumen pasti akan lebih memilih produk dengan kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau. Oleh sebab itu, perusahaan harus dapat menentukan harga jual produknya dengan tepat. Jika harga yang ditentukan terlalu tinggi atau mahal maka konsumen tidak ada yang ingin membeli. Jika harga yang ditentukan terlalu rendah atau murah maka perusahaan tidak akan mendapatkan keuntungan dari hasil penjualannya. Sebagai peran strategik yang penting dalam perusahaan khususnya pemasaran, maka penetapan harga merupakan pilihan strategik atas sasaran pasar. Penetapan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsekuensi dari deregulasi, persaingan global yang kian sengit, rendahnya pertumbuhan di banyak pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memantapkan posisinya di pasar.⁹ Strategi penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang

⁸ *Ibid.* h. 165

⁹ David W. Cravens, *Pemasaran Strategis*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1998), h. 52.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditawarkan.¹⁰Dalam menentukan harga, setiap pengusaha memiliki strategi yang berbeda-beda. Namun setiap strategi yang mereka jalankan masih memiliki tujuan yang sama.

Penetapan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa. Perusahaan salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Didalam perkembangannya, tujuan penetapan harga bukan hanya berdasarkan tingkat keuntungan dan perolehannya saja melainkan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan non ekonomis lainnya. Tujuan dalam penetapan harga mengindikasikan bahwa pentingnya perusahaan untuk memilih, menetapkan dan membuat perencanaan mengenai nilai produk atau jasa dan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan atas produk atau jasa tersebut. Penentuan harga merupakan suatu masalah jika perusahaan akan menetapkan harga untuk pertama kalinya. Ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh produk baru, ketika akan melakukan penawaran atas suatu perjanjian kerja baru. Pihak perusahaan terlebih dahulu memilih dan mendesain suatu produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang akan dilayaninya.

Penetapan harga suatu barang atau jasa oleh perusahaan memberikan pengaruh yang tidak sedikit bagi perusahaan,karena harga merupakan penentu

¹⁰ Ismail Nawawi, *Islam dan Bisnis*,(Surabaya: VIV Press, 2011), h. 751.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bagi permintaan pasar dan harga juga dapat mempengaruhi market sharenya.¹¹

Menurut Stanton bahwa faktor yang mempengaruhi penetapan harga di dalam suatu perusahaan harus meliputi lima tahap, yaitu: mengestimasi permintaan untuk barang tersebut, mengetahui terlebih dahulu reaksi dalam persaingan, menentukan market share yang dapat diharapkan, memilih strategi harga untuk mencapai target pasar dan mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan.¹²

Proses strategi penetapan harga jual di dalam suatu produk, perusahaan hendaknya mengikuti prosedur yang terdiri dari enam langkah pokok, yaitu memilih sasaran harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis pesaing, memilih metode harga dan memilih harga akhir.¹³ Di dalam langkah pokok yang keempat dikatakan bahwa perusahaan harus menetapkan harga dekat dengan harga pesaing, jika pesaing itu merupakan pesaing utama. Jika kualitas penawaran lebih tinggi dari pesaing, maka perusahaan dapat menetapkan harga lebih tinggi dari pesaing, tetapi jika kualitas penawaran lebih rendah dari pesaing, maka perusahaan hendaknya menetapkan harga lebih rendah dari pesaing.¹⁴ Harga dapat pula menjadi indikator kualitas produk, hal ini disebabkan oleh pandangan konsumen

¹¹ Angipora Marius P, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2002, h. 270.

¹² *Ibid.*, h. 276.

¹³ M. Suyanto *Marketing Strategi*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), h.123.

¹⁴ *Ibid.*, h. 124

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bahwa produk dengan harga yang murah memiliki kualitas buruk, sedangkan produk dengan harga yang mahal memiliki kualitas yang baik. Terlepas dari itu, harga murah dapat dijangkau oleh banyak lapisan konsumen, sehingga pangsa pasarnya menjadi lebih luas.

Strategi harga juga merupakan hal yang penting pada usaha mebel. Mebel adalah istilah yang digunakan untuk perabot rumah tangga yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan barang, tempat duduk, tempat tidur, tempat mengerjakan sesuatu dalam bentuk meja atau tempat menaruh barang di permukaannya.¹⁵ Dengan adanya kebutuhan akan mebel pada rumah tangga menjadikan mebel sebagai sebuah produk industri yang terus berkembang di Indonesia. Kebutuhan akan produk-produk dari industri mebel terus meningkat karena sektor industri ini memberikan desain interior serta memberikan nilai artistik yang dapat memberikan kenyamanan sehingga dapat menunjang berbagai aktifitas. Salah satunya adalah usaha Fitrah Mebel yang berada di Air Tiris Kecamatan Kampar yang menjual berbagai macam produk mebel dengan model dan bentuk yang bervariasi, seperti kursi, lemari dan tempat tidur dengan kualitas dan harga yang bervariasi pula.

Fitrah Mebel dalam melakukan usaha memberikan harga yang kompetitif dengan usaha mebel lainnya, karena harga merupakan salah satu faktor yang penting menarik konsumen untuk membeli suatu produk. Berdasarkan observasi awal penulis dengan pemilik usaha Fitrah Mebel beliau mengatakan bahwa “Fitrah Mebel selalu berusaha memberikan kualitas

¹⁵ Yordanus, “Kajian dan Motif Ragam Hias Pada Kursi Tamu: Studi Kasus “CV. Jepar Lestari Furniture”. Artikel diakses pada 2 Mei 2019 dari <http://Siuntul.blogspot.com/2017/06/penegrtian-dari-furniture-mebel-fungsi.html>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



produk yang terbaik dengan harga yang lebih murah dibanding dengan mebel yang lain, namun penjualan pada produk fitrah mebel masih fluktuatif.¹⁶

Berikut daftar harga produk usaha Fitrah Mebel:

Tabel. I.1
Daftar harga produk Mebel di Air Tiris

No	Nama Produk	Fitrah Mebel	Mebel IMB	Mebel PDM
1	Matras Kangaroo 180 x 200 plus Divan No. 1	1.950.000	2.100.000	2.150.00 0
2	Matras Caisar 180 x 200 plus Divan No. 1	2.200.000	2.400.000	2.400.00 0
3	Matras Bigland 180 x 200 plus Divan No. 1	2.500.000	2.600.000	2.550.00 0
4	Matras Smarland 180 x 200 plus Divan No. 1	2.100.000	2.200.000	2.300.00 0
5	Matras Modis 180 x 200 plus Divan No. 1	2.900.000	3.100.000	3.000.00 0
6	Matras Elite 180 x 200 plus Divan No. 1	3.600.000	3.750.000	3.700.00 0
7	Matras American 180 x 200 plus Divan No. 1	2.900.000	3.000.000	3.000.00 0
8	Matras Beauty Land 180 x 200 plus Divan No. 1	2.100.000	2.200.000	2.250.00 0

¹⁶ Wawancara, Air Tiris, 20 Desember 2018.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10	Matras Indopillo 180 x 200 plus Divan No. 1	2.700.000	2.850.000	2.800.00 0
11	Matras Talatex 180 x 200 plus Divan No. 1	6.000.000	6.100.000	6.100.00 0
12	Kursi Plastik Napoly	50.000	95.000	95.000
13	Kursi Tunggu	225.000	300.000	350.000
14	Meja Makan 6 kursi kayu	1.400.000	1.500.000	1.500.00 0
15	Meja Makan 6 kursi Import besi/kaca	2.900.000	3.100.000	3.100.00 0
16	Lemari 3 pintu Olympic	700.000	800.000	800.000

Sumber data: Observasi harga pada tanggal 20 Desember 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat adanya perbedaan harga Fitrah Mebel yang lebih murah dibandingkan dengan mebel IMB, dan mebel PDM. Walaupun Fitrah Mebel memberikan harga yang murah, namun usaha Fitrah Mebel belum mampu meningkatkan penjualannya tetapi usaha Fitrah Mebel tetap berjalan dengan baik. Strategi bagaimana yang di terapkan oleh usaha Fitrah Mebel dalam menetapkan harga produknya.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan penulis tuangkan dalam bentuk karya ilmiah dengan judul: **“STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PADA USAHA FITRAH MEBEL DI KELURAHAN AIR TIRIS MENURUT EKONOMI SYARIAH”**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Batasan Masalah

Supaya penelitian ini lebih mengarah pada pembahasan dan tidak menyimpang dari judul dan tujuan penelitian, maka penulis membatasi masalah penelitian ini pada: “Strategi Penetapan Harga Jual Pada Usaha Fitrah Mebel di Kelurahan Air Tiris Menurut Ekonomi Syariah”.

Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang dan agar lebih terarahnya penelitian ini maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penetapan harga jual pada usaha Fitrah Mebel di Kelurahan Air Tiris?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi penetapan harga jual pada usaha Fitrah Mebel di Kelurahan Air Tiris ?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian ini dimaksud untuk:
 - a. Untuk mengetahui strategi penetapan harga jual pada usaha Fitrah Mebel di Kelurahan Air Tiris.
 - b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi penetapan harga jual pada usaha Fitrah Mebel di Kelurahan Air Tiris dalam meningkatkan penjualan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Manfaat penelitian
 - a. Sebagai salah satu syarat bagi penulis dalam menyelesaikan studi, guna mendapatkan gelar sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada program strata satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 - b. Menetapkan dan mengembangkan disiplin ilmu yang penulis dapatkan di Fakultas Syariah UIN SUSKA RIAU dengan mengaplikasikannya dalam bentuk tulisan.
 - c. Sebagai bahan referensi bagi peneliti berikutnya, yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang penulis teliti.

E. Metode Penelitian

Dalam rangka mengumpulkan, menyusun dan mengolah data dalam tulisan ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, berlokasi di Kecamatan Kampar, tepatnya di Kelurahan Air Tiris, jalan Pekanbaru-Bangkinang KM 50. Adapun yang menjadi alasan peneliti memilih usaha mebel sebagai tempat penelitian karena adanya perbedaan harga antara Fitrah Mebel dengan mebel-mebel yang lain di Kelurahan Air Tiris.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai variabel – variabel yang diteliti.¹⁷ Adapun yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah pemilik usaha Fitrah Mebel di Kelurahan Air Tiris.

b. Sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Strategi Penetapan Harga jual pada Usaha Fitrah Mebel di Kelurahan Air Tiris Menurut Ekonomi Syariah.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi adalah keseluruhan dari variabel yang menyangkut masalah yang diteliti.¹⁸ Adapun jumlah yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 6 orang terdiri dari 1 orang pemilik usaha, dan 1 orang manajer dan 4 orang karyawan usaha Fitrah Mebel.

b. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.¹⁹ Karena jumlah populasi yang tidak terlalu banyak maka penulis mengambil seluruh populasi untuk dijadikan sampel dengan menggunakan metode *total sampling*.

¹⁷ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), h. 34

¹⁸ Nursalam, *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*, (Jakarta: EGC, 2003), h. 181

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 109

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Sumber Data

Dalam hal ini penulis memakai dua jenis sumber data untuk melengkapi penelitian yaitu:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan pemilik usaha Fitrah Mebel di Kelurahan Air Tiris atau yang terlibat secara langsung dengan masalah ini.
- b. Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data.²⁰ Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah data yang diperoleh dari buku-buku, dokumen, internet, atau pihak-pihak lain yang memberikan data yang berhubungan dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang benar dan akurat, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

- a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan di lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang tepat mengenai subjek penelitian. Bentuk pengamatannya adalah secara langsung.
- b. Wawancara, yaitu mengajukan pertanyaan secara langsung kepada subjek penelitian mengenai masalah yang diteliti.
- c. Study pustaka, yaitu menelaah buku-buku atau literatur yang berhubungan dengan masalah atau objek penelitian.

²⁰ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 103

d. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data-data atau arsip yang berhubungan dengan masalah yang penulis teliti.

6. Teknik Analisa Data

Dalam pembahasan ini penulis menggunakan metode Deskriptif Kualitatif dengan memaparkan apa adanya tentang sesuatu sesuai kenyataan yang ada. Sehingga dengan analisis deskriptif ini dapat di mulai dengan mengumpulkan data dari hasil wawancara dan dokumentasi data, selanjutnya menganalisis tata cara serta penyajian laporan hasil penelitian.

7. Metode Penelitian

Setelah data terkumpul maka peneliti mengolah data tersebut dengan menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Metode Deduktif, yaitu suatu uraian penulisan yang diawali dengan mengemukakan persoalan - persoalan secara umum kemudian di analisa dan di ambil kesimpulan secara khusus.
- b. Metode Induktif, yaitu suatu uraian penulisan yang diawali dengan mengemukakan persoalan-persoalan yang bersifat khusus kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan yang bersifat umum.
- c. Metode Deskriptif, yaitu suatu uraian penulisan yang menggambarkan sesuatu sesuai fenomena yang terjadi di lapangan penelitian, kemudian dianalisa dari data yang ada untuk dijadikan kesimpulan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sistematika Penulisan

Agar lebih terarah serta memudahkan dalam memahami penulisan ini, maka penulis akan memaparkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang sejarah singkat berdirinya usaha Fitrah Mebel, visi misi, produk-produk, dan struktur organisasi Fitrah Mebel.

BAB III : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang pengertian usaha, jenis-jenis usaha, prinsip-prinsip usaha dalam Islam, pengertian penjualan, tujuan penjualan, hubungan harga jual terhadap penjualan, faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, pengertian strategi, pengertian harga, tujuan penetapan harga, metode penetapan harga, strategi penetapan harga, dan strategi penetapan harga dalam ekonomi Islam.

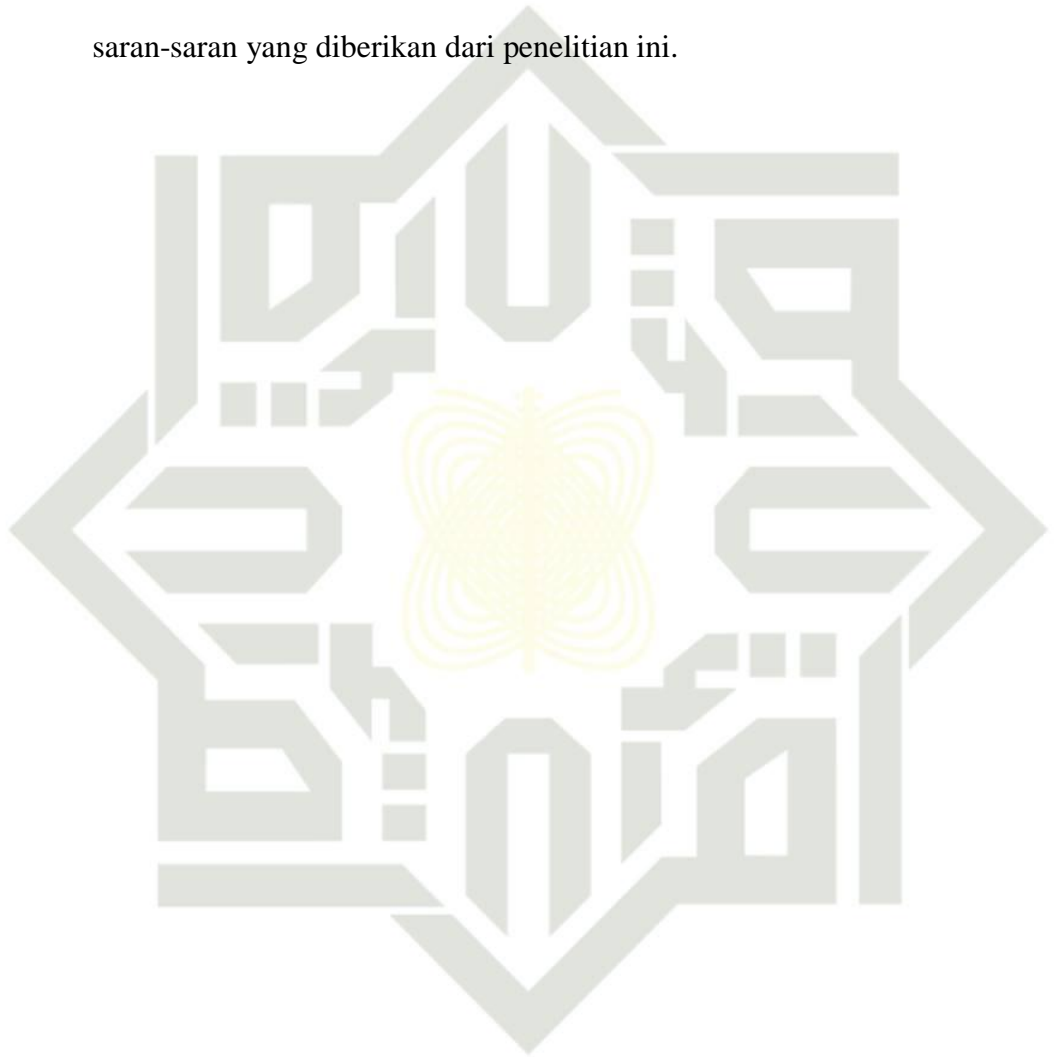
BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan inti dari penelitian ini, yang berisikan tentang Strategi Penetapan Harga Jual Pada Usaha Fitrah Mebel Di Kelurahan Air Tiris dan Tinjauan Ekonomi

Syariah Terhadap Strategi Penetapan Harga Jual Pada Usaha Fitrah Mebel Di Kelurahan Air Tiris.

BAB V : PENUTUP

Ini merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dan saran-saran yang diberikan dari penelitian ini.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kelurahan Air Tiris

1. Letak Geografis

Kelurahan Air Tiris merupakan salah satu daerah yang terdapat di Kabupaten Kampar, Air Tiris termasuk salah satu Kelurahan yang cukup maju di Kabupaten Kampar, karena letaknya yang strategis tepat ditepi jalan Pekanbaru-Bangkinang yang dilalui oleh sungai Kampar dengan ditunjang oleh prasarana yang memadai.

Kelurahan Air Tiris merupakan Ibu Kota Kecamatan Kampar, jarak Kelurahan Air Tiris dengan ibu kota Kabupaten Kampar hanya 7 Km yang dapat ditempuh dalam waktu 10 menit, serta jarak Kelurahan Air tiris dengan Ibu Kota Provinsi Riau 48 Km dengan waktu tempuh sekitar 1 jam.

Menurut data statistik dari kantor kelurahan Air Tiris memiliki wilayah sekitar 2.500 Ha, yang terdiri dari lahan pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan, serta tempat pemukiman. Hasil dibidang perkebunan terdiri dari karet, dan kelapa sawit, sedangkan untuk sektor pertanian seperti padi, singkong, jagung, jeruk, dan cabe. Dibidang peternakan berupa kerbau, sapi, kambing, dan ayam. Dibidang perikanan menghasilkan ikan patin, nila, bawal dan ikan jelawat.¹

Pada umumnya daerah di Kelurahan Air Tiris merupakan tanah daratan yang dialiri oleh aliran sungai Kampar yang memanjang dari hulu yakni PLTA

¹ Sumber data, *Profil Kelurahan Air Tiris*, h. 8. 2018.

Koto Panjang hingga ke hilir yakni Lipat Kain sepanjang 265 Km, dengan kedalaman rata-rata 2.5 m.

Sebagai suatu wilayah pemerintahan, Kelurahan Air Tiris mempunyai batas-batas wilayah tertentu dengan wilayah lain disekitarnya, adapun batas-batas

Kelurahan Air Tiris tersebut sebagai berikut:

Sebelah utara berbatasan dengan Desa Kampung Panjang Kecamatan Kampar Utara.

Sebelah selatan berbatasan dengan Sungai Katoman Kecamatan Kampar.

Sebelah timur berbatasan dengan Desa Ranah Kecamatan Kampar.

Dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Tanjung Berulak Kecamatan Kampar.

2. Letak Demografi

Kelurahan Air Tiris di pimpin oleh seorang lurah yang ditunjuk dan diangkat oleh kepala pemerintahan daerah Kabupaten Kampar, dalam menjalankan pemerintahan Kepala Kelurahan dibantu oleh 1 orang sekretaris lurah, 4 orang kepala urusan yakni, kepala bidang sarana prasarana, kepala administrasi pemerintahan, urusan keuangan, kepala bidang akuntabilitas,, serta 2 orang tenaga honorer.²

Kelurahan Air Tiris mempunyai 6 Rukun Warga (RW) dan 26 Rukun Tetangga (RT) yaitu:

² Wira Sastra, *Kepala Kelurahan Air Tiris, Wawancara*, tanggal 5 Maret 2019.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. RW I dengan nama Pulintang (4 RT)
2. RW II dengan nama Soso (4 RT)
3. RW III dengan nama Smonca (5 RT)
4. RW IV dengan nama Bawou (5 RT)
5. RW V dengan nama Bukit (4 RT)
6. Serta RW VI dengan nama Katoman (4 RT)

Berdasarkan data statistik, populasi penduduk Kelurahan Air Tiris berjumlah 6450 orang, dengan rincian 3096 terdiri dari laki-laki dan 3354 terdiri dari perempuan, perhatikan table berikut:

Tabel II.I
Jumlah penduduk Kelurahan Air Tiris menurut jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	3096	48%
2	Perempuan	6450	52%
Total		6450	100%

Sumber data: Arsip Kantor Kelurahan Air Tiris 2018

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penduduk di Kelurahan Air Tiris perempuan lebih banyak dari pada laki-laki tetapi tidak terlalu banyak perbedaan dalam jumlah.

Di samping itu, di lihat dari jumlah penduduk berdasarkan umur dapat diketahui bahwa jumlah pemuda lebih banyak dari yang tua. Perhatikan tabel berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel II.II
Jumlah penduduk berdasarkan tingkat umur

No	Usia	Jumlah (jiwa)
1	1-12 bulan	221
2	1-6 tahun	740
3	7-15 tahun	1123
4	16-27 tahun	1470
5	27-40 tahun	1368
6	41-50 tahun	720
7	51-60 tahun	586
8	61 tahun ke atas	230
Jumlah		6450

Sumber data: Arsip Kantor Kelurahan Air Tiris 2018

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pemuda lebih banyak dari orang tua, banyak pemuda tersebut menunjukkan adanya semangat baru dalam regenerasi dalam kehidupan yang memajukan Kelurahan Air Tiris.

3. Sosial Budaya Masyarakat

a. Mata pencaharian

Berusaha mencari rezki untuk memenuhi kehidupan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia, baik pribadi, keluarga dan menjadi penunjang dalam kehidupan sosial bermasyarakat.

Beberapa sektor usaha penduduk di Kelurahan Air Tiris dalam memenuhi kehidupan masyarakat sehari-hari adalah:

1. Petani

Sebagian besar penduduk di Kelurahan Air Tiris bermata pencaharian sebagai petani, adapun tanaman-tanaman yang mereka tanam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah padi, jagung, jeruk, cabe, serta sayur-sayuran lainnya. Selain sebagai petani di bidang tanaman, masyarakat di Kelurahan Air Tiris juga menjadi petani dibidang peternakan dan perikanan, adapun hewan yang dihasilkan dibidang perikanan yaitu ikan patin, jelawat (ikan lomak), bawal serta nila, sedangkan untuk sektor peternakan hewan yang di pelihara adalah kerbau, kambing, serta ayam.

2. Pedagang

Sektor lainnya adalah sebagai pedagang, barang dagang yang diperjual belikan mencakup hasil pertanian yang telah disebutkan diatas baik dari hasil pertanian, perkebunan, serta barang lainnya seperti pakaian dan lain sebagainya.

3. Perkebunan

Hasil perkebunan di Kelurahan Air Tiris meliputi karet, umbi-umbian, dan kelapa sawit.

4. Pegawai Negeri Sipil

Penduduk Kelurahan Air Tiris yang bekerja sebagai PNS sangat sedikit jumlahnya dibandingkan dengan sektor lainnya, jumlahnya hanya sekitar 176 orang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Bidang jasa

Mata pencaharian masyarakat di Kelurahan Air Tiris dibidang jasa adalah, yang berkecimpung sebagai kuli bangunan, sopir, pangkas rambut, penangkap ikan.

Untuk lebih lengkap gambaran mata pencaharian masyarakat di Kelurahan Air Tiris lihat tabel berikut:

Tabel II. III
Klasifikasi penduduk Kelurahan Air Tiris menurut mata pencaharian

No	Mata Pencaharian	Jumlah	Persentase
1	Petani	936	33.64%
2	Pedagang	572	20.56%
3	Perkebunan	712	25.59%
4	PNS	176	6.32%
5	Jasa	386	13.87%
Jumlah		2782	100%

Sumber data: Arsip Kantor Kelurahan Air Tiris

b. Agama

Tidak ada agama lain yang berkembang di Kelurahan Air Tiris ini kecuali Agama Islam. Penduduk Kelurahan Air Tiris merupakan penduduk yang sangat memperhatikan masalah Agama, hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya prasarana tempat ibadah yang bisa digunakan oleh masyarakat berupa Mesjid ataupun Mushallah yang terdapat di Kelurahan Air Tiris.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Disetiap masjid selalu rutin melaksanakan sholat lima waktu secara berjamaah dan melakukan wirid pengajian mingguan.³

Adapun jumlah masjid dan mushollah yang ada di Kelurahan Air Tiris dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel II.IV
Sarana Ibadah di Kelurahan Air Tiris

No	Sarana Ibadah	Jumlah (unit)
1	Masjid	7
2	Musholla	13

Sumber data: Arsip Kantor Kelurahan Air Tiris 2018

Dari tabel diatas, dilihat bahwa sarana peribadatan yang ada di Air Tiris adalah Masjid dan Mushallah, ini jelas bahwa mayoritas penduduk Air Tiris adalah Muslim. Diantara kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh masyarakat Air Tiris ialah mengisi dengan pengajian rutin dan juga pengajian (belajar mambaca Al-Qur'an) untuk anak-anak yang dilaksanakan setelah shalat Maghrib.

c. Pendidikan

Pendidikan merupakan sarana terpenting dalam menunjang pembangunan, setiap masyarakat yang ingin maju dan berkembang, maka pendidikan merupakan kebutuhan yang tidak bisa diabaikan, karena dengan semakin tingginya tingkat pendidikan penduduk pada suatu daerah, akan

³Yasri, Ninik Mamak di Kelurahan Air Tiris, *Wawancara*, tanggal 20 Maret 2019.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan indikasi terhadap majunya pola berpikir masyarakat yang ada di dalamnya.

Di Kelurahan Air Tiris mayoritas penduduk hanya berpendidikan SLTP dan SLTA sedangkan untuk perguruan tinggi tidak terlalu banyak, untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel II.V
Penduduk menurut tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)
1	TK	214
2	SD	360
3	SLTP	520
4	SLTA	565
5	Perguruan Tinggi	290
Jumlah		1949

Sumber data: Arsip Kantor Kelurahan Air Tiris 2018

Adapun sarana pendidikan masyarakat di Kelurahan Air Tiris dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel II.VI
Sarana Pendidikan di Kelurahan Air Tiris

No	Sarana Pendidikan	Jumlah
1	TK	3
2	SD/M.I	8
3	SMP/MTS	4
4	SMA/M.A	4
5	Perguruan Tinggi	-
Jumlah		19

Sumber data: Arsip Kantor Kelurahan Air Tiris 2018.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sarana pendidikan yang terdapat di Kelurahan Air Tiris sudah cukup memadai untuk membantu

pengetahuan masyarakat dibidang pendidikan, di samping hal tersebut, penduduk Kelurahan Air Tiris juga sudah cukup banyak yang belajar di luar daerah terutama untuk Perguruan Tinggi.

d. Prasarana Umum di Kelurahan Air Tiris

Agar pertumbuhan diberbagai bidang terlaksana, terutama yang berhubungan dengan kesejahteraan masyarakat dibutuhkan sarana – sarana umum untuk menunjang berbagai kegiatan masyarakat di Kelurahan Air Tiris.⁴ Adapun fasilitas – fasilitas umum yang ada di Kelurahan Air Tiris, masing – masing dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel II. VII
Prasarana umum di Kelurahan Air Tiris

No	Jenis Prasarana	Jumlah (unit)
1	Pasar	1
2	Rumah makan	21
3	Kios	120
4	Bengkel	8
5	Saumel	6
6	Posyandu	2
7	Pos polisi	1
8	Koramil	1
9	Puskesmas	1
10	Jembatan	1
Jumlah		162

Sumber data: Arsip Kantor Kelurahan Air Tiris 2018.

e. Kebudayaan

⁴ Wira Sastra, *Wawancara, op.cit.*

Manusia dan kebudayaan merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, karena kedua unsur inilah kehidupan manusia sebagai makhluk sosial dapat berlangsung. Begitu pula antara manusia satu dengan manusia lainnya juga tidak bias dipisahkan karena manusia itu saling membutuhkan, sehingga lahirlah kehidupan bermasyarakat, serta akan timbul pula budaya yang pada umumnya mempunyai kebutuhan yang berbeda – beda.

Budaya atau adat istiadat memang selalu ada disetiap daerah, dan tentunya juga beragam sesuai dengan sukunya masing – masing, hal tersebut menggambarkan kayanya kebudayaan yang dimiliki masyarakat suatu daerah tertentu.

Masyarakat Kelurahan Air Tiris tidak terlepas dari pengaruh budaya dari luar, namun mereka tetap melestarikan budaya yang diwariskan secara turun temurun tanpa merusak hubungan sosial terhadap pewaris budaya lain.⁵ Hal ini terlihat dengan tetap terjaganya keharmonisan hidup antara satu suku dengan suku yang lainnya.

Tabel II. VIII
Penduduk Kelurahan Air Tiris menurut suku

No	Nama suku	Jumlah (jiwa)
1	Melayu (ocu)	5670
2	Minang	243
3	Jawa	485
4	Batak	52
Jumlah		6450

Sumber data: Arsip Kantor Kelurahan Air Tiris

⁵ Yasri, *Wawancara, op.cit.*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas penduduk Kelurahan Air Tiris merupakan suku asli melayu (ocu), dengan menisbahkan garis keturunannya kepada ibu. Masyarakat di Kelurahan Air Tiris sangat menjunjung tinggi persaudaraan dengan menerapkan prinsip – prinsip kekeluargaan.⁶

Dalam hal ini, penduduk Kelurahan Air Tiris menerapkan azas kekerabatan dan saling membantu sesama masyarakat.⁷ Contohnya:

- Pada acara kenduri
- Sunat Rasul
- Takziah
- Serta gotong royong

Dalam pandangan masyarakat Kelurahan Air Tiris, individu merupakan bagian dari masyarakat yang masing – masing memiliki kepentingan dalam masyarakat tersebut, kepentingan itu seolah – olah telah menjadi kepentingan masyarakat secara keseluruhan.⁸

Dalam susunan kepengurusan adat di Kelurahan Air Tiris, sebutan untuk pimpinan adatnya disebut dengan ninik mamak, ninik mamak dikatakan sebagai pimpinan adat karena ia mengurus urusan anak

⁶ *Ibid.*

⁷ *Ibid.*

⁸ *Ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemanakan (masyarakat melayu ocu) demi terjaganya keharmonisan dalam hidup bermasyarakat.⁹

B. Usaha Fitrah Mebel Kelurahan Air Tiris

1. Gambaran Umum Usaha Fitrah Mebel

Fitrah mebel adalah sebuah usaha yang menjual berbagai perabotan rumah seperti kursi, meja, lemari, tempat tidur dan lain sebagainya, yang beralokasikan di jalan Pekanbaru-Bangkinang KM 50. Usaha Fitrah Mebel didirikan oleh H. Bukhari Yahya pada tahun 2002. Modal awal sepenuhnya dari pemilik usaha. Pada awal pendirian usaha mebel, bapak Bukhari hanya menjual beberapa produk mebel saja. Seiring berjalan waktu usaha bapak Bukhari makin berkembang hingga sekarang, dimana penjualan hingga ke berbagai daerah.

Fitrah Mebel adalah usaha yang bergerak dibidang penjualan barang mebel kebutuhan rumah tangga. Fitrah Mebel menjual produk unggulan, yaitu tempat tidur set, yang banyak diminati pembeli. Produk tersebut selain memiliki desain yang menarik juga cocok untuk segala jenis kamar, dalam menjual produk mebel usaha Fitrah Mebel selalu mengutamakan kualitas produk yang terbaik.

Pemilik usaha Fitrah Mebel memberikan penjelasan informasi tentang produk yang diinginkan konsumen, untuk mencapai tujuan yaitu kesepakatan jual beli diantara kedua belah pihak.

⁹ *Ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Visi dan Misi Fitrah Mebel

Fitrah Mebel adalah usaha yang sangat mementingkan kemaslahatan umat dengan visi dan misi.

Visi

Menjadi usaha yang profesional yaitu sebuah usaha yang memiliki manajemen tepat guna dalam mengelola dan menjalankan usaha.

Misi

- 1) Menyediakan Pelayanan bermutu dan produk yang berkualitas Meningkatkan kinerja sumber daya manusia dan organisasi untuk menciptakan dan memberikan jaminan kepuasan terhadap pelanggan.
- 2) Membangun kemitraan usaha untuk meningkatkan kepercayaan pemasok.

2. Struktur Organisasi

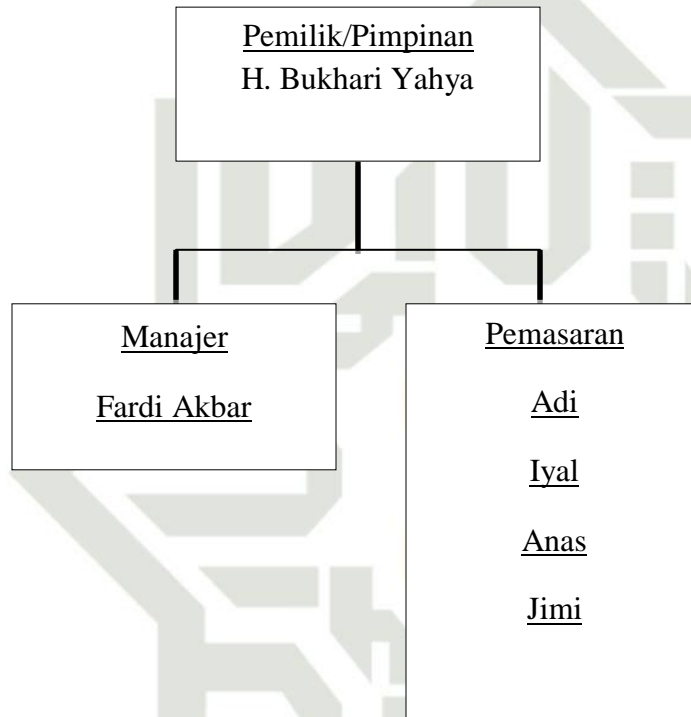
Struktur organisasi merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan secara efektif, struktur organisasi yang baik akan memudahkan koordinasi dan komunikasi atas semua aktivitas yang mencapai semua tujuan. Struktur organisasi merupakan hubungan yang teratur diantara berbagai sektor atau fungsi yang perlu untuk mencapai tujuan dan tanggung jawab serta wewenang dalam suatu organisasi.

Dengan tersusunnya struktur secara fleksibel dan tegas maka setiap bagian dan seksi yang ada pada usaha tersebut, melakukan tugas dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

wewenangannya masing-masing. Fitrah Mebel sebagai suatu organisasi usaha dan kegiatannya telah merumuskan tentang pembagian tugas. Untuk lebih jelas dapat kita lihat struktur organisasi usaha Fitrah Mebel sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

LANDASAN TEORI

A. Usaha

1. Pengertian Usaha

Usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu.¹ Dalam Undang-Undang No. 3 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan, usaha adalah setiap tindakan, perbuatan atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha atau individu untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba.²

Menurut Hughes dan Kapoor usaha ialah *Business is the organized efforts of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy society's needs*. Maksudnya usaha atau bisnis adalah suatu kegiatan individu untuk melakukan sesuatu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.³

¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), Edisi Ke-3, h. 1254.

² Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis, Pengenalan Praktis dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 27.

³ Bukhari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: Alfabeta, 2003), h. 89.

Usaha dalam Islam dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).

2. Jenis – jenis Usaha

Usaha dapat dibedakan menjadi 3 yaitu : usaha mikro, usaha menengah dan usaha makro. Menurut Awalil Rizky, usaha mikro adalah usaha informal yang memiliki aset, modal dan omzet yang sangat kecil. Ciri lain usaha mikro ini adalah jenis komoditi usahanya sering berganti, tempat usaha tidak tetap dan umumnya tidak memiliki legalitas usaha.⁴ Berdasarkan Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 adalah segala kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang - Undang ini.⁵

Usaha menengah adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dan

⁴ Euis Amalia, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h.

⁵ *Ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempunyai omzet penjualan lebih dari 1 (satu) miliar.⁶ Sedangkan usaha makro adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.⁷ Kemudian menurut buku *Petunjuk Mandiri Usaha Kecil* yang dikarang oleh Sigih Wibowo bahwasanya kegiatan perusahaan dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis usaha, yaitu:⁸

a. Jenis Usaha Pedagang atau distribusi

Jenis usaha ini merupakan usaha yang bergerak yang terutama pada kegiatan memindahkan barang dari produsen atau dari tempat yang mempunyai kelebihan persediaan ketempat yang membutuhkan, jenis usaha ini bergerak dibidang pertokoan, warung, rumah makan, peragenan (filial), penyalur (whole), perdagangan perantara dan sebagainya.

b. Jenis Usaha Produksi atau Industri

Usaha industri atau produksi adalah jenis usaha yang bergerak terutama dalam kegiatan proses perubahan suatu barang atau barang

⁶ Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), h. 55.

⁷ Mulyadi Nitiusastro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Alfabeta, 2009), h. 268.

⁸ Sigih Wibowo, dkk, *Petunjuk Mandiri Usaha Kecil*, (Jakarta: Penerbit Swadaya, 2005), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lain yang berbeda bentuk atau sifatnya dan mempunyai nilai tambah. Kegiatan ini dapat berupa produksi atau industri pangan, pakaian, peralatan rumah, kerajinan dan sebagainya.

Kegiatan produksi tidak terlepas dari pemasaran, karena produksi yang dihasilkan akan disalurkan kepada konsumen. Secara garis besar pemasaran adalah upaya yang dilakukan agar memudahkan terjadinya penjualan atau perdagangan. Pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial.⁹

c. Jenis Usaha Jasa Komersil

Usaha jasa komersil ini merupakan usaha yang bergerak dalam kegiatan pelayanan atau menjual jasa kegiatan utamanya. Jenis usaha ini berupa usaha asuransi, bank, biro perjalanan, pariwisata, perbengkelan, salon kecantikan, penginapan dan lainnya.¹⁰

3. Prinsip – prinsip Usaha dalam Islam

Konsep usaha dalam Islam adalah untuk mengambil yang halal dan yang baik (*thoyyib*), halal cara perolehan (melalui perniagaan yang berlaku

⁹ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997), h. 67.

¹⁰ Sigih Wibowo, dkk, *Op.Cit*, h. 6.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

secara ridha, berlaku adil, dan menghindari keraguan), dan halal cara penggunaan (saling tolong menolong dan menghindari resiko yang berlebihan).¹¹

Adapun prinsip – prinsip usaha dalam pandangan Islam ialah:

a. Prinsip tauhid

Pada prinsip usaha yang kita tekuni tidak terlepas dari ibadah kita kepada Allah. Tauhid merupakan prinsip yang paling utama dalam kegiatan apapun di dunia ini. Menurut Harun Nasution seperti yang dikutip oleh Ahmad Mujahidin dalam bukunya menyatakan bahwa al tauhid merupakan upaya mensucikan Allah dari persamaan dengan makhluk (Alsyrik). Berdasarkan prinsip ini maka pelaksanaan hukum islam merupakan ibadah. Ibadah dalam arti penghambaan manusia dan penyerahan dirinya kepada kepada Allah sebagai manifestasi pengakuan dan kesyukuran kepada-nya. Dengan tauhid aktifitas usaha yang kita jalani untuk memenuhi kebutuhan hidup dan keluarga hanya semata-mata untuk mencari ridha-nya.¹²

b. Prinsip keadilan (*al'adl*)

Keadilan dalam ekonomi islam berarti antara keseimbangan antara kewajiban yang harus di penuhi oleh manusia (Mukallaf) dengan kemampuan manusia untuk menunaikan kewajibannya

¹¹ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 188.

¹² Ahamd Mujahidin, *Ekonomi Islam*,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2007), h. 124.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



tersebut. Prinsip ini sangat di butuhkan dalam setiap usaha agar terciptanya pemerataan dan kesejahteraan bagi semua pihak.

c. Prinsip tolong menolong (*al-ta'awun*)

Al-Ta'awanun berarti bantu membantu antara sesama anggota masyarakat. Bantu membantu tersebut di arahkan sesuai dengan tauhid dalam meningkatkan kebaikan dan ketakwaan kepada Allah SWT. Prinsip ini menghendaki kaum muslim saling tolong menolong dalam kebaikan dan takwa. Memberikan peluang untuk berkarya dan berusaha dan memberikan sesuatu yang kita usahakan atau hasil dari usaha kita kepada yang membutuhkan seperti zakat, bersedekah.

d. Usaha yang halal dan barang yang halal

Islam dengan tegas mengharuskan pemeluknya untuk melakukan usaha dari bekerja. Usaha atau bekerja ini harus di lakukan dengan cara yang halal guna untuk memperoleh rizki yang halal serta di pergunakan secara halal pula. Sebagaimana diisyaratkan dalam Al-qur'an:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُم
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (Q.S. Al-Baqarah: 168).

Islam selalu menekankan agar setiap orang mencari nafkah dengan cara yang halal. Semua sarana dalam hal mendapatkan kekayaan secara tidak sah dilarang karena pada akhirnya dapat membinasakan suatu bangsa. Pada tahap mana pun tidak ada kegiatan ekonomi yang bebas dari beban pertimbangan moral.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S. An-Nisa: 29).

e. Berusaha dengan batas kemampuan

Tidak jarang manusia berusaha dan bekerja mencari nafkah untuk keluarganya secara berlebihan kerana mengira bahwa itu sesuai dengan perintah, padahal kebiasaan seperti itu berakibat buruk pada kehidupan rumah tangganya. Sesungguhnya Allah menegaskan bahwa bekerja dan berusaha itu hendaknya sesuai dengan batas-batas kemampuan manusia. Allah tidak membebankan pekerjaan kepada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

para hambanya kecuali dengan batas kemampuannya dan tuntutan kebutuhannya.¹³

B. Penjualan

1. Pengertian penjualan

Penjualan adalah berkumpulnya seorang pembeli dan penjual dengan tujuan melaksanakan tukar menukar barang dan jasa berdasarkan pertimbangan yang berharga misalnya pertimbangan uang.¹⁴

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).¹⁵

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli,

¹³ Husein Syahatah, *Ekonomi Rumah Tangga Muslim*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), h. 67.

¹⁴ Winardi. J, *Manajemen Perubahan (The Management of Change)*, (Jakarta: Prenada Media, 2009), h. 26).

¹⁵ M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 166.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. Dalam hal ini, penjualan ini seperti penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksankannya rencana penjualan yang ditetapkan.¹⁶

Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu :

- a. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk- produk yang lebih menguntungkan.¹⁷
- b. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

¹⁶ Sofyan Assauri., *op.cit*, h. 23.

¹⁷ Fandy Tjiptono dkk, *Pemasaran strategi*, (Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2008), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



3. Hubungan Harga Jual Terhadap Penjualan

Menurut Dharmesta dan Irawan dalam Kamelia (2006:38) mengemukakan hubungan antara harga dan penjualan dalam pernyataan sebagai berikut: “Untuk beberapa jenis barang, harga dan penjualan berbanding terbalik; artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan jika terjadi penurunan harga maka penjualan akan akan meningkat”. Menurut Dharmesta dan Irawan dalam Kamelia (2006:38) mengemukakan hubungan antara harga dan penjualan melalui dua sifat permintaan sebagai berikut:

a. Inelastis

Jika permintaan itu bersifat inelastis, maka perubahan harga akan mengakibatkan perubahan yang lebih kecil pada penjualan.

b. Elastis

Apabila permintaan itu elastis maka perubahan harga akan menyebabkan terjadinya perubahan penjualan dan perbandingan yang besar.

Dari pernyataan-pernyataan yang dikemukakan oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual merupakan hal yang cukup berperan dalam pencapaian target perusahaan yang berkaitan dengan penjualan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manager penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Faktor faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain sebagai berikut:

a. Kondisi dan Kemampuan Penjualan

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersil atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan dengan.

1. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
2. Harga produk
3. Syarat penjualan seperti: pembayaran, pengharataran, pelayanan, sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.¹⁸

b. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

¹⁸ Basu Swasta, *Op. Cit*, h . 406.

1. Jenis pasar
 2. Kelompok pembeli atau segmen pasar
 3. Daya belinya
 4. Frekuensi pembeli
 5. Keinginan dan kebutuhan
- c. Modal
- Modal maksudnya akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjualan. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transportasi, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk kegiatan tersebut.
- d. Kondisi Organisasi Perusahaan
- Perusahaan besar biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli dibidang penjualan.
- e. Faktor lain
- Faktor-faktor ini, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Ada pengusaha yang berpegang pada suatu prinsip bahwa paling penting membuat barang yang baru. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Namun, sebelum pembelian dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan bungkus yang menarik atau dengan cara promosi lainnya.

Perusahaan mempunyai suatu kegiatan penjualan adalah kegiatan yang penting, karena dengan adanya kegiatan penjualan tersebut maka akan terbentuk laba yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Adapun tujuan umum penjualan yang dimiliki oleh perusahaan yaitu sebagai berikut:

- 1) Mencapai volume penjualan tertentu
- 2) Mendapat laba tertentu
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan.¹⁹

5. Penjualan Dalam Ekonomi Islam

Islam adalah agama yang memiliki ajaran yang komprehensif dan universal. Komprehensif berarti syariah Islam merangkum seluruh aspek kehidupan. Baik ritual maupun sosial ekonomi (mu'amalah). Sedangkan

¹⁹ *Ibid*, h. 404.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

universal bermakna bahwa syariat Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai datangnya hari akhir nanti. Kegiatan sosial-ekonomi (mu'amalah) dalam Islam mempunyai cakupan yang sangat luas dan fleksibel.

Dalam segenap aspek kehidupan bisnis dan transaksi, dunia Islam mempunyai sistem perekonomian yang berbasiskan nilai-nilai dan prinsip-prinsip syari'ah yang bersumber dari Al-Quran dan Sunah serta dilengkapi ijma dan qiyas. System perekonomian Islam saat ini lebih dikenal dengan istilah fiqih mu'amalah. Fiqih mu'amalah adalah aturan-aturan (hukum) Allah SWT yang ditujukan untuk mengatur kehidupan manusia dalam urusan kehidupan atau urusan yang berkaitan dengan urusan duniawi dan social kemasyarakatan.²⁰

Kegiatan penjualan atau perdagangan dalam pandangan islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan kedalam bidang mu'amalah, yakni bidang yang berkenan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia. Meskipun demikian, aspek ini mendapatkan penekanan khusus dalam ekonomi Islam, karena keterkaitannya secara langsung dengan sektor ril. Sistem ekonomi Islam tampaknya lebih mengutamakan sektor ril dibandingkan dengan sektor moneter, dan transaksi penjualan atau jual beli memastikan keterkaitan kedua sektor yang dimaksud.

Dalam sistem ekonomi yang mengutamakan sektor ril seperti ini, pertumbuhan bukanlah merupakan ukuran utama dalam melihat

²⁰ Racmat Syafe'i, Fiqih Mu'amalah, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2004), Hal. 15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



perkembangan ekonomi yang terjadi, tetapi lebih pada aspek pemerataan. Hal yang demikian memang lebih dimungkinkan dalam pengembangan ekonomi sektor ril. Namun demikian, tidak semua praktek penjualan (perdagangan) boleh dilakukan. Perdagangan yang dijalankan dengan cara yang tidak jujur, mengandung unsur penipuan, yang karena itu ada pihak yang irugikan, dan praktek-praktek lain sejenisnya merupakan hal-halyang dilarang dalam islam.²¹

Dari presfektif agama, aktivitas penjualan atau perdagangan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang digariskan oleh agama bernilai ibadah. Artinya, dengan perdagangan itu, selain mendapatkan ketentuan-ketentuan material guna memenuhi kebutuhan ekonomi seorang tersebut sekaligus dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Berusaha atau mencari rizki Allah merupakan perbuatan yang baik dalam perdagangan Islam. Salah satu bentuk usaha itu adalah jual-beli, berniaga atau berdagang. Dalam sejarah tercatat bahwa Nabi Muhammad pada masa mudanya adalah seorang pedagang yang menjualkan barang-barang milik seorang pemilik barang yang kaya, yaitu Khadijah. Keberhasilan dan kejujuran Nabi dibuktikan dengan ketertarikan sang pemilik modal hingga kemudian menjadi istri Nabi.

²¹ Masyhuri, *System Perdagangan Dalam Islam*,(Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi-LIPI, 2005), Hal. 1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Anjuran untuk melakukan kegiatan penjualan atau perdagangan dijelaskan di dalam Al-Quran surat al-Baqarah ayat 198 yang berbunyi sebagai berikut:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمِنَ الضَّالِّينَ

Artinya: *Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.*

Dari keterangan Al-Quran dalam surat al-Baqarah ayat 198 di atas dijelaskan bahwa Allah SWT menyeru manusia untuk berusaha mencari rizki yang halal. Salah satu cara memperoleh rezki dari Allah SWT yaitu dengan melakukan perdagangan atau berusaha.

Dalam melakukan transaksi jual-beli boleh melakukan khiyar selama mereka belum berpisah. Jika keduanya melakukan transaksi dengan benar dan jelas, keduanya diberkahi dalam jual-beli mereka. Jika mereka menyembunyikan dan berdusta, Allah SWT akan memusnahkan keberkahan jual-beli mereka. Karena itu dalam dunia perdagangan, Islam mengajarkan agar para pihak bertindak jujur. Kejujuran dalam jual beli ini menempatkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



mereka yang melakukan transaksi pada tempat baik dan mulia dalam pandangan Allah, sebagaimana disabdakan Nabi Muhammad Saw yang berbunyi sebagai berikut:

التَّاجِرُ الصُّدُقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّيِّبِ وَالصَّادِقِينَ وَالشَّهَادَةِ (رواه الترمذي واكم)

Artinya: *Perdagangan yang jujur lagi terpercaya adalah bersama-sama para Nabi, orang-orang yang benar dan para syuhadah.* (H.R. Tirmidzi dan Hakim).²²

Tempat yang terhormat bagi pedagang yang jujur disejajarkan dengan para Nabi. Karena berdagang dengan jujur berarti menegakkan kebenaran dan keadilan yang merupakan misi para Nabi. Disejajarkan dengan orang-orang salah, karena pedagang yang jujur merupakan bagian dari amal salah, sedangkan persamaan dengan para syuhadah, karena perdagangan adalah berjuang membela kepentingan dan kehormatan diri dan keluarganya dengan cara yang benar dan adil.

C. Strategi Penetapan Harga

1. Pengertian Strategi

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut

²² Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, (jakarta: Robbani Press, 1997), h. 295

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat dicapai (stephanie K. Marrus).²³ Strategi merupakan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan cara bisnis untuk bersaing. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak di tempuh oleh suatu organisasi (perusahaan) untuk mencapai tujuannya. Sedangkan Menurut Kenneth R. Andrews, Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.²⁴

Strategi adalah sekumpulan pilihan dasar atau kritis mengenai tujuan dan cara dari bisnis. (Child, 1972). Strategi memperhatikan arah jangka panjang dan cakupan organisasi. Strategi juga memperhatikan posisi organisasi itu sendiri dengan memperhatikan lingkungan dan keunggulan kompetitif, yang berkelanjutan sepanjang waktu, tidak dengan manuver teknis, tetapi dengan menggunakan perspektif jangka panjang (Faulkner dan Johnson, 1992).²⁵

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang, hal ini dapat ditunjukkan oleh adanya perbedaan konsep mengenai strategi selama 30 tahun

²³ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Refika Aditama, 2014) , h. 16.

²⁴ Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 338-389.

²⁵ Jajuk Herawati dan Sunarto *MSDM STRATEGIK*, (Yogyakarta: AMUS, 2004), h. 24.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terakhir. Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler (1962:13) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.²⁶

Menurut Porter ada tiga pilihan strategi yang harus dikembangkan untuk menyusun keunggulan yang kompetitif. Bila anda masuk ke segmen pasar yang luas, besar, dan menghadapi banyak kompetitor yang masuk di pasar tersebut maka ada dua pilihan strategi, yakni apakah strategi diferensiasi yang berarti mengedepankan keunikan produk atau jasa yang anda miliki sehingga sah-sah saja bila harganya premium atau strategi kepemimpinan biaya (*cost leadership*) yang mengedepankan penawaran harga yang paling menarik adalah harga yang paling ekonomis. Misalnya, dalam industri penerbangan Indonesia, Garuda adalah representasi yang cenderung menerapkan strategi diferensiasi, yakni mengedepankan optimalisasi pelayanan, sementara Air Asia lebih mewakili aplikasi strategi kepemimpinan biaya di pasar tersebut.²⁷

²⁶ Sedarmayanti, *Op. Cit.*, h. 4-5.

²⁷ George Rifai, *Prinsip-Prinsip Pengelolaan Strategi Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 204.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Pengertian Harga

Menurut Philip Kotler, secara sempit, harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, sementara secara lebih luas harga adalah jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa.

Penetapan harga (*price*) merupakan salah satu bauran pemasaran (marketing mix) yang berhubungan dengan kebijakan strategis dan taktis mengenai tingkat harga, struktur diskon, dan syarat pembayaran. Oleh karena itu, menentukan kebijakan harga sangatlah penting untuk dilakukan, karena kebijakan harga tersebut akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan daya saing atas competitor.²⁸

Dalam menafsirkan konsep tentang harga tentu mempunyai banyak penafsiran, menurut Kotler pada dasarnya harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau marketing mix yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya.²⁹ Seperti yang diungkapkan oleh Kotler, bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (Price, Product, Place dan Promotion). Harga bagi suatu usaha/badan usaha menghasilkan pendapatan (income), adapun adapun unsur-

²⁸ Hendra Rjofita, *Strategi Pemasaran*, (Pekanbaru: CV. Mutiara Pesisir Sumatra, 2015), h.

²⁹ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009),

unsur bauran pemasaran lainnya yaitu Product (produk), Place (tempat/saluran) dan Promotion (promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha/badan usaha.

Kalau harga merupakan pendapatan bagi pengusaha maka ditinjau dari segi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dari konsumen tersebut. Bagi pengusaha/pedagang, harga paling mudah disesuaikan dengan keadaan pasar sedangkan elemen yang lain seperti product, place dan promotion memerlukan waktu yang lebih lama dan panjang untuk disesuaikan dengan keadaan pasar, karena harga dapat memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai kualitas produk dan merek dari produk tersebut.³⁰

Buchari Alma mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan utility merupakan konsep yang paling berhubungan. Yang dimaksud dengan utility ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (needs), keinginan (wants) dan memuaskan konsumen (satisfaction). Terdapatnya value yang merupakan nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Sekarang ini ekonomi kita tidak melakukan barter lagi, akan

³⁰ Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga dalam Perpektif Islam*, Jurnal Ekonomi Islam, h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Maka harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai dan mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.³¹

Menurut Basu Swastha dan Irawan, "harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya".³²

Harga sangat penting bagi perekonomian, karena harga sangat berperan dalam bisnis dan usaha yang dijalankan. Dengan kata lain tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang yang dijual. Kuantitas barang yang dijual berpengaruh terhadap biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan pengadaan barang bagi perusahaan dagang dan efisiensi produksi bagi perusahaan manufaktur. Maka harga berpengaruh terhadap pendapatan, sehingga harga berpengaruh terhadap laba usaha dan posisi dari keuangan perusahaan. Tjiptono mengungkapkan bahwa harga dijadikan sebagai indikator dari manfaat yang diperoleh konsumen atas barang dan jasa yang diterima, hal ini erat kaitannya dengan sebuah nilai yang didapat konsumen atas harga. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara

³¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Alfabeta, 2005), h.

³² Basu Swastha dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern, Liberty*, (Yogyakarta, 2005),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



manfaat yang dirasakan terhadap harga atau dapat dirumuskan sebagai berikut

,³³

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Manfaat yang dirasakan}}{\text{Harga}}$$

Dari persamaan di atas, suatu nilai barang atau jasa yang dirasakan oleh konsumen dipengaruhi oleh manfaat yang diterima yang meningkat pada harga tertentu, demikian sebaliknya. Dapat dikatakan dari berbagai penafsiran di atas bahwa harga merupakan sebuah elemen termudah dalam pemasaran. Harga juga mengkomunikasikan positioning nilai yang dimaksud dari produk perusahaan ke pasar, karena produk yang baik akan dijual dengan harga yang tinggi dan menghasilkan keuntungan yang besar. Harga bukan hanya sekedar angka, harga mempunyai bentuk dan fungsi seperti sebagai sewa, ongkos dan upah. Sepanjang sejarah harga ditetapkan berdasarkan negosiasi antara penjual dan pembeli pada saat tawar menawar masih sering dilakukan.

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi :

- a. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara

³³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), h. 151.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.

- b. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi di mana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.³⁴

Menetapkan satu harga untuk semua pembeli merupakan ide yang dapat dikatakan modern yang muncul saat bermula nya perdagangan eceran skala besar yang terjadi pada akhir abad ke sembilan belas karena pada saat itu perdagangan terjadi dikarenakan penjualan dengan begitu banyak barang dan memperhatikan banyak nya karyawan.

Banyak ekonom mengasumsikan bahwa para konsumen adalah penerima harga dan menerima harga pada saat pertama konsumen menerimanya lalu mereka menyadari apakah hal itu relevan atau tidak. Lalu keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana konsumen menganggap harga dan beberapa harga aktual saat ini yang jadi pertimbangan bukan harga yang ditetapkan pasar. Para konsumen tentu memiliki batas bawah harga dimana harga yang lebih rendah menandakan produk dengan kualitas yang

³⁴ *Ibid.*, h. 152.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

buruk dan juga batas atas harga yang dimana harga yang lebih tinggi dari batas itu dianggap berlebihan dan tidak sesuai dengan uang yang dikeluarkan.

3. Tujuan Penetapan Harga

Tujuan strategi penetapan harga perlu ditentukan terlebih dahulu, agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Hal ini penting, karena tujuan perusahaan merupakan dasar atau pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran, termasuk kebijakan penetapan harga. Ada beberapa tujuan penetapan harga yang diambil, yaitu:

a. Memperoleh laba yang maksimum.

Salah satu tujuan yang paling lazim dalam penetapan harga adalah untuk memperoleh laba jangka pendek yang maksimal. Pencapaian tujuan ini dilakukan dengan cara menentukan tingkat harga yang memperhatikan total hasil penerimaan penjualan (sales revenue) dan total biaya. Dalam hal ini perusahaan menetapkan harga untuk memperoleh tingkat keuntungan (rate of return) yang maksimal paling memuaskan.

b. Mendapatkan share pasar tertentu.

Sebuah perusahaan dapat menetapkan tingkat harga tertentu untuk mendapatkan atau meningkatkan share pasar, meskipun mengurangi tingkat keuntungan pada masa itu. Strategi ini dilakukan perusahaan karena perusahaan percaya bahwa jika share pasar bertambah besar, maka tingkat keuntungan akan meningkat pada masa depan. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang melakukan penetrasi pasar dengan cara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



menetapkan harga yang relatif rendah dari harga pasaran, sehingga memperoleh share pasar yang lebih besar.

c. Memerah pasar (Market skimming).

Perusahaan mengambil manfaat memperoleh keuntungan dari bersedianya pembeli membayar dengan harga yang lebih tinggi dari pembeli yang lain, karena barang yang ditawarkan dalam hal ini perusahaan menetapkan harga yang tinggi, karena hendak menarik manfaat dari sekelompok besar pembeli yang bersedia membayar harga yang tinggi, yang disebabkan produk perusahaan tersebut mempunyai nilai sekarang (Present Value) yang sangat tinggi bagi mereka.

d. Mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu.

Perusahaan menetapkan harga untuk memaksimalkan penerimaan penjualan pada masa itu. Tujuan itu hanya mungkin dapat dicapai, apabila terdapat kombinasi harga dan kuantitas produk yang dapat menghasilkan tingkat pendapatan yang paling besar. Penetapan harga dengan tujuan ini biasanya terdapat pada perusahaan yang mungkin dalam keadaan kesulitan keuangan atau perusahaan yang menganggap masa depannya suram atau tidak menentu.

e. Mencapai keuntungan yang di targetkan.

Perusahaan menetapkan harga tertentu untuk dapat mencapai tingkat laba yang berupa “rate of return” yang memuaskan. Meskipun harga yang lebih tinggi dapat memberikan atau menghasilkan tingkat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



laba yang lebih besar, tetapi perusahaan merasa tetap puas dengan tingkat laba yang berlaku (conventional) bagi suatu tingkat investasi dan resiko yang ditanggung.

f. Mempromosikan produk.

Perusahaan menetapkan harga khusus yang rendah untuk mendorong penjualan bagi produknya dan bukan semata-mata bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang besar.³⁵

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Menentukan harga yang sama dengan barang sejenis yang dihasilkan perusahaan lain bukan merupakan faktor penting yang mensukseskan penjualan barang perusahaan. Berdasarkan pada kenyataan ini timbul pertanyaan: Pertimbangan yang bagaimana yang digunakan perusahaan untuk menetapkan harga barang yang dijualnya? Uraian berikut menerangkan faktor-faktornya yang utama.

a. Mewujudkan Keuntungan Untuk Perusahaan

Ini merupakan tujuan utama setiap perusahaan. Oleh sebab itu dalam menentukan harga, faktor ini harus dipertimbangkan dengan sebaik-baiknya. Adakah keuntungan yang ingin dicapai pada waktu yang singkat? Atau apakah keuntungan jangka panjang yang akan ditekankan? Atau

³⁵ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), h. 223-224.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



kepada pertanyaan ini akan dapat membantu dalam menentukan harga barang yang ditetapkan.

b. Volume Penjualan

Permintaan atas berbagai barang berbeda sifatnya. Ada yang permintaannya tak berubah, walaupun harganya ditinggikan atau direndahkan. Untuk barang seperti ini produsen cenderung menetapkan harga barangnya pada tingkat yang lebih tinggi. Dalam keadaan yang sebaliknya, yaitu apabila harga direndahkan akan menyebabkan tingkat penambahan penjualan yang lebih besar dari tingkat penurunan harga, akan mendorong perusahaan untuk menetapkan harga yang relatif rendah. Di samping itu, produksi yang besar jumlahnya akan menimbulkan *economics of scale* yang selanjutnya akan menurunkan biaya produksi per unit. Apabila keadaan ini terwujud, lebih banyak keuntungan akan diperoleh.

c. Persaingan dari Perusahaan Lain

Di berbagai bidang lapangan usaha, perusahaan akan menghadapi persaingan dari perusahaan lain. Apabila perusahaan mempunyai nama baik di pasaran, dan sebagian konsumen tidak akan membeli barang kecuali barang dengan merek tertentu, efek persaingan terhadap penjualan dapat diabaikan. Dalam keadaan ini perusahaan dapat menetapkan harga yang berbeda dengan harga barang yang sejenis, perusahaan tidak mempunyai pilihan lain. Ia harus menetapkan harga pada tingkat yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kurang lebih sama dengan barang lain yang sejenis. Sedangkan perusahaan lain, yang kedudukannya dalam persaingan yang sangat rendah, akan menentukan harga barangnya lebih rendah dari harga barang perusahaan-perusahaan yang menjadi saingannya.

d. Pandangan Masyarakat Terhadap Sesuatu Barang

Untuk orang-orang golongan tinggi yang mempunyai pendapatan yang besar dan menikmati kehidupan yang mewah, membeli barang tidak dilakukan secara sembarangan. Barang-barang yang mereka beli selalu digunakan sebagai cara untuk menunjukkan status dan kekayaan mereka. Jam Rolex, tas tangan Bonia dan baju, sepatu, serta jenis pakaian lain, dan barang kemewahan lainnya dibeli orang sebagai alat untuk menunjukkan status mereka dalam masyarakat. Untuk barang seperti ini harga bukanlah masalah dalam menentukan keputusan konsumen kaya untuk membeli dan oleh sebab itu dapat ditetapkan pada harga yang sangat tinggi.

e. Kedudukan perusahaan dalam pasar

Dalam pasar barang yang sejenis akan selalu terdapat persaingan. Hanya dalam pasar monopoli, yaitu dalam pasar dimana hanya ada satu perusahaan dalam pasar, persaingan tidak akan ada. Sampai dimana tantangan yang dihadapi setiap perusahaan dalam persaingan sangat tergantung pada jenis industri atau lapangan usaha. Dalam perusahaan yang modalnya besar (seperti dalam kegiatan usaha yang menghasilkan televisi dan mobil) persaingan lebih mudah diatasi oleh perusahaan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



harga barang mereka menjadi sangat berbeda. Dalam kegiatan usaha seperti ini perusahaan yang kuat kedudukannya di pasar akan menjadi *penentu harga* dan *price leader*. Akan tetapi untuk perusahaan yang modalnya kecil dan menghadapi banyak persaingan, harga cenderung berbeda pada tingkat yang rendah dan keuntungan yang diperoleh sangat minimum.³⁶

5. Metode Penetapan Harga

Fandy Tjiptono menambahkan bahwa metode penetapan harga, dikelompokkan menjadi empat bagian yang terdiri dari:³⁷

a. Penetapan harga berbasis permintaan

Metode ini lebih menekankan harga pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan keputusan suka atau tidak suka dari konsumen. Metode ini mengabaikan faktor-faktor yang biasanya mempengaruhi permintaan seperti faktor seperti biaya, laba, dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, diantaranya yaitu : kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli), kemauan pelanggan untuk membeli, posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, yakni menyangkut apakah produk tersebut merupakan simbol status atau hanya produk, manfaat yang diberikan produk tersebut kepada

³⁶ Sadono Sukirno, *et al. Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 222-224.

³⁷ Fandy Tjiptono, *strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Affset, 2008), h. 160.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelanggan, dan harga-harga produk substitusi. Yang termasuk dalam metode ini adalah :

a. Skimming Pricing

Yaitu strategi yang menetapkan harga awal yang tinggi ketika produk baru diluncurkan dan semakin lama akan terus turun harganya pada saat persaingan mulai ketat. Strategi ini dapat berjalan baik jika pelanggan tidak sensitive terhadap harga, namun lebih menekankan pertimbangan kualitas, inovasi, dan kemampuan produk dalam memuaskan kebutuhan pelanggan.

Tujuan dari *skimming pricing* yaitu:

1. Melayani pelanggan yang tidak terlalu sensitif terhadap harga, selagi persaingan belum ada.
2. Menutupi biaya promosi dan riset melalui margin yang besar.
3. Mengantisipasi terjadinya kekeliruan dalam penetapan harga.

b. Penetration Price

Strategi harga yang menentukan harga awal yang rendah serendah-rendahnya atau murah dengan tujuan untuk penetrasi pasar dengan cepat dan juga membangun loyalitas merek dari pada konsumen. Selain itu, strategi ini juga diharapkan dapat mengurangi biaya per unit dan mengurangi kemampuan pesaing karena harga yang rendah menyebabkan margin yang diperoleh perusahaan menjadi terbatas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



c. Penetapan Harga yang Mempengaruhi Psikologi Konsumen

Dalam konsep harga, Kotler dan Keller juga menjelaskan penetapan harga yang mempengaruhi psikologi konsumen, cukup menitikberatkan pada pertimbangan terhadap tiga topik kunci dalam harga yaitu :³⁸

1. Harga referensi

Harga referensi (reference price) merupakan perbandingan harga yang diteliti dengan harga referensi internal yang mereka ingat atau dengan kerangka referensi eksternal seperti “harga eceran reguler” yang terpasang.

2. Asumsi harga-kualitas

Banyak konsumen menggunakan harga sebagai indikator kualitas. Penetapan harga pencitraan sangat efektif untuk produk sensitif seperti parfum, mobil mahal dll. Atau biasa disebut dengan istilah pada penetapan harga yaitu Prestige Pricing. Prestige Price adalah menetapkan harga yang tinggi demi membentuk image kualitas produk yang tinggi yang umumnya dipakai untuk produk shopping dan specialty. Contoh : roll royce, rolex, guess, gianni versace, prada, vertu, dan lain sebagainya.

³⁸ Phillip kotler dan Kevin Lane Keller, *Op.Cit.*, h. 72.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Akhiran harga

Akhiran harga disebut juga dengan *odd price* atau harga yang berakhir dengan angka ganjil. *Odd Price* atau harga ganjil merupakan salah satu strategi penetapan harga yang akhir yang saat ini banyak digunakan oleh pelaku bisnis dan hal ini dirasa cukup berhasil untuk menarik banyak konsumen dalam membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Namun hal yang perlu diingat adalah bagaimana penerapan strategi ini tidak hanya dapat memberikan manfaat bagi perusahaan namun juga tetap memikirkan kepentingan konsumen itu sendiri. Strategi harga *odd price* adalah menetapkan harga yang ganjil atau sedikit di bawah harga yang telah ditentukan dengan tujuan secara psikologis pembeli akan mengira produk yang akan dibeli lebih murah. Contoh : Barang yang tadinya dihargai Rp. 100.000,- diubah menjadi Rp. 99.990,- di mana konsumen mungkin akan melihat Rp. 99.990 jauh lebih murah daripada Rp. 100.000.- Seperti yang telah dibahas bahwa sebenarnya dengan menetapkan harga ganjil merupakan salah satu cara yang secara psikologis mempengaruhi konsumen untuk berpikir bahwa harga yang ditawarkan lebih murah dari pada harga yang sebenarnya.³⁹

³⁹ Kartika Imasari Tjiptodjojo, *Odd Price: Harga, Psikologi dan Perilaku Konsumen dalam Purchase Decision Making*, Jurnal Manajemen Vol. 11, Nomor 2.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Dalam metode ini faktor penentu yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead, dan laba.⁴⁰ Metode penetapan harga berbasis biaya terdiri dari:

1. *Standard Markup Pricing*

Merupakan penetapan harga yang ditentukan dengan jalan menambahkan persentase (markup) tertentu dari biaya pada semua item dalam suatu kelas produk. Persentase markup besarnya bervariasi tergantung pada jenis produk yang dijual. Biasanya produk yang tingkat perputarannya tinggi dikenakan markup yang lebih kecil daripada produk yang tingkat perputarannya rendah.

2. *Cost Plus Percentage of Cost Pricing*

Merupakan penetapan harga yang ditentukan dengan jalan menambahkan persentase tertentu terhadap biaya produksi atau konstruksi. Metode ini seringkali digunakan untuk menentukan harga satu item atau hanya beberapa item. Misalnya suatu perusahaan arsitektur menetapkan tarif sebesar 15% dari biaya konstruksi sebuah rumah. Jadi, bila biaya konstruksi sebuah rumah senilai Rp 100 juta

⁴⁰ Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, h. 162.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan fee arsitek sebesar 15% dari biaya konstruksi (Rp 15 juta), maka harga akhirnya sebesar Rp 115 juta.

3. *Cost Plus Fixed Fee Pricing*

Metode ini banyak diterapkan dalam produk-produk yang sifatnya sangat teknis, seperti mobil, pesawat, atau satelit. Dalam strategi ini, pemasok atau produsen akan mendapat ganti atas semua biaya yang dikeluarkan, seberapa pun besarnya. Tetapi produsen atau pemasok tersebut hanya memperoleh fee tertentu sebagai laba yang besarnya tergantung pada biaya final proyek tersebut yang disepakati bersama.

4. *Experienci Curve Pricing*

Metode yang dikembangkan atas dasar konsep efek belanja (learning effect) yang menyatakan bahwa unit cost barang dan jasa akan menurun antara 10% hingga 30% untuk peningkatan dua kali lipat pada pengalaman perusahaan dalam melakukan produksi dan penjualan barang atau jasa.⁴¹

c. **Metode Penetapan Harga Berbasis laba.**

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan

⁴¹ Phillip kotler dan Kevin Lane Keller, *Op.Cit.*, h. 72.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atau investasi.⁴² Terdapat tiga metode penentuan harga berbasis laba yang diuraikan sebagai berikut:

1. *Target profit Pricing*, ketetapan atas besarnya target laba tahunan yang dinyatakan spesifik.
2. *Target return on sales pricing*, metode ini membuat perusahaan melakukan penetapan tingkat harga tertentu yang dapat menghasilkan laba dalam persentase tertentu terhadap volume penjualan.
3. *Target return on investment pricing*, metode ini membuat perusahaan melakukan penetapan besaran suatu ROI tahunan dengan rasio antara laba dengan investasi total, yang ditanamkan perusahaan pada fasilitas produksi dan asset yang mendukung produk tertentu.⁴³

d. Metode Penetapan Harga Berbasis persaingan

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing. Metode penetapan harga berbasis persaingan terdiri atas empat metode yaitu:⁴⁴

1. *Customary pricing*, metode yang digunakan untuk produk yang harganya ditentukan oleh factor seperti tradisi dan saluran distribusi yang terstandarisasi, atau faktor persaingan lain.

⁴² Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, h. 162.

⁴³ Phillip kotler dan Kevin Lane Keller, *Op. Cit.*, h. 73.

⁴⁴ Fandy Tjiptono, *Op.Cit.* h. 163.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. *Above at below market pricing*, metode yang digunakan oleh perusahaan dengan cermat dalam memilih penetapan harga yang berada di atas, sama, atau di bawah harga pasar.
3. *Los leader pricing*, metode yang menjual produk di bawah harga biasanya. Hal tersebut dilakukan untuk menarik pelanggan, khususnya pada produk dengan *market up* cukup tinggi. Dalam hal ini, suatu produk dijadikan semacam “pancingan” agar produk lain juga laku di pasaran.
4. *Sealed bid pricing*, metode yang menggunakan sistem penawaran harga dan melibatkan agen pembelian.⁴⁵

6. Strategi Penetapan Harga

Strategi penetapan harga menjadi tantangan yang semakin meningkat untuk banyak perusahaan sehubungan dengan deregulasi, informasi dari pembeli, persaingan global yang ketat, pertumbuhan pasar yang lambat dan peluang perusahaan untuk meningkatkan pasarnya. Harga berdampak pada kinerja keuangan dan berpengaruh penting pada nilai penempatan posisi merek di benak pelanggan. Harga juga memungkinkan menjadi sebuah perwakilan dari ukuran kualitas produk manakala pelanggan sulit mengevaluasi produk yang kompleks.⁴⁶

⁴⁵ *Ibid.*,

⁴⁶ M. Suyanto, *Op.Cit.*, h. 123.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di dalam proses penetapan harga jual suatu produk, perusahaan hendaknya mengikuti prosedur yang terdiri dari enam langkah pokok, yaitu memilih sasaran harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis pesaing, memilih metode harga dan memilih harga akhir.

a. Memilih sasaran harga

Langkah pertama adalah memilih sasaran harga, seperti misalnya bertahan hidup, memaksimalkan keuntungan jangka pendek, volume penjualan, permintaan pasar, unggul dalam pangsa pasar, persaingan, prestise, atau *status quo*. Perusahaan bertujuan bertahan hidup akan berusaha menurunkan harga. Laba tidak begitu dipentingkan, selama harga dapat menutupi biaya variabel dan sebagian biaya tetap. Sasaran ini hanya untuk jangka pendek dan diharapkan dalam jangka panjang perusahaan

Labanya sekarang maksimum dilakukan perusahaan dengan memperkirakan permintaan dan biaya yang dihubungkan dengan alternatif harga dan memilih harga yang menghasilkan laba sekarang maksimum, arus kas atau *return on investment* (ROI). Strategi ini dilakukan dengan mengasumsikan bahwa permintaan dan fungsi biaya dapat diketahui, tetapi pada kenyataannya sulit diperkirakan. Strategi ini mengabaikan kinerja jangka panjang, efek dari variabel bauran pemasaran, reaksi pesaing dan kendala hukum pada harga.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sasaran berorientasi pada volume penjualan dilakukan perusahaan dengan mengatur harga sedemikian rupa untuk meningkatkan volume penjualan. Perusahaan mengasumsikan bahwa volume penjualan yang lebih tinggi akan menghasilkan biaya per unit lebih rendah dan laba jangka panjang lebih tinggi serta berasumsi bahwa pasar peka terhadap harga.

Sasaran unggul dalam pangsa pasar dilakukan dengan meningkatkan atau memelihara pangsa pasar tanpa mempertimbangkan fluktuasi penjualan dalam industri. Sasaran unggul dalam pangsa pasar sering digunakan perubahan untuk produk yang mencapai tahap dewasa dalam siklus hidup produk.

Sasaran permintaan pasar adalah penetapan harga yang dihubungkan dengan harapan pelanggan dan situasi pembelian yang khusus. Sasaran ini sering dikenal dengan “beri harga dengan apa yang pasar kehendaki”.

Sasaran persaingan merancang harga untuk menandingi atau mengalahkan harga pesaing. Tujuannya adalah memelihara persepsi nilai yang baik relatif terhadap pesaing. Tempo Scan menetapkan harga Bodrex sedemikian rupa agar dapat berkompetisi dengan pesaing.

Sasaran prestise dilakukan dengan merancang harga yang konsisten dengan sebuah produk yang mempunyai status yang tinggi atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



prestise. Harga ini dirancang dengan sedikit memperhatikan struktur biaya perusahaan atau pesaing.

Sasaran status quo merupakan sasaran yang menetapkan harga untuk memelihara harga yang ada dalam usaha mempertahankan posisi relatif terhadap pesaing.⁴⁷

b. Menentukan permintaan

Langkah kedua, perusahaan menentukan permintaan yang akan memperlihatkan jumlah produk yang akan dibeli di pasar dalam periode tertentu, pada berbagai tingkat harga. Makin inelastis permintaan, makin mampu perusahaan menaik-turunkan harganya. Penentuan permintaan dimulai dengan penentuan faktor-faktor yang mempengaruhi kepekaan harga. Menurut Nagle, faktor yang membuat pembeli kurang peka terhadap harga antara lain adalah produk bersifat khusus, pembeli kurang sadar terhadap produk pengganti, pembeli tidak mudah membandingkan dengan kualitas produk pengganti, yang dibelanjakan kecil dibandingkan pendapatan totalnya, yang dibelanjakan kecil dibanding biaya total produk akhirnya, sebagian biaya ditanggung pihak lain, produk digunakan bersama dengan aktiva yang dibeli sebelumnya, produk dianggap memiliki kualitas, prestise atau eksklusif dan pembeli tidak dapat menyimpan produk tersebut.

⁴⁷ *Ibid.*, h. 125.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setelah menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi kepekaan harga, perusahaan berusaha mengukur kurva permintaan dengan berbagai metode. Metode pertama melibatkan analisis statistik atas data harga masa lalu, jumlah terjual dan faktor lain untuk menentukan hubungannya. Metode kedua adalah melakukan eksperimen harga dengan mengubah harga sebagai produk yang dijual di toko dengan harga diskon dan mengamati hasilnya. Metode ketiga adalah meminta pembeli untuk menyatakan berapa banyak unit yang akan mereka beli pada berbagai harga yang diusulkan.

Selanjutnya, perusahaan perlu untuk mengetahui elastisitas permintaan terhadap perubahan harga. Jika permintaan hampir tidak berubah dengan adanya perubahan kecil terhadap harga maka permintaan itu disebut *inelastis*. Akan tetapi, jika permintaan itu berubah banyak maka permintaan itu disebut *elastis*. Permintaan kurang elastis bila terdapat hanya sedikit atau bahkan tidak ada barang pengganti atau pesaing, pembeli tidak segera menyadari harga tinggi tersebut, pembeli lambat dalam mengubah kebiasaan membelinya dan mencari harga yang lebih rendah, dan pembeli berpikir bahwa harga yang lebih tinggi itu pantas karena peningkatan kualitas, inflasi secara normal dan lain sebagainya. Pertimbangan penurunan harga dilakukan jika permintaan tersebut elastis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



c. Memperkirakan biaya

Langkah ketiga ialah perusahaan memperkirakan perilaku biaya pada berbagai tingkat produksi dan perilaku biaya dalam kurva pengalamannya. Biaya perusahaan ada dua jenis, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap (*overhead*) adalah biaya yang tidak bervariasi dengan produksi atau penjualan, misalnya gaji karyawan. Biaya variabel merupakan biaya yang bervariasi langsung dengan tingkat produksi, misalnya biaya bahan untuk produksi. Biaya total merupakan biaya tetap dan biaya variabel untuk tingkat produksi. Adapun biaya rata-rata adalah biaya perunit untuk tingkat produksi atau total biaya dibagi produksi.

Perusahaan harus mengetahui bagaimana biaya bervariasi dengan berbagai tingkat produksi agar dapat menetapkan harga yang tepat. Perusahaan Jepang sering menggunakan metode yang disebut penetapan biaya sasaran (*target costing*), yaitu biaya ditentukan dari hasil riset pasar untuk menentukan fungsi-fungsi yang diinginkan dari produk, kemudian menentukan harga jual produk tersebut sesuai dengan daya tariknya dan harga pesaingnya. Selanjutnya, mengurangi margin laba dari harga ini sehingga diperoleh biaya sasaran yang harus dicapai dan meneliti biaya setiap unsur, misalnya desain, rekayasa, produksi, penjualan dan lainnya serta memecahkan dalam unsur yang lebih kecil, merekayasa ulang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komponen, menghilangkan beberapa fungsi, menurunkan biaya pemasok agar proyeksi biaya akhir sesuai dengan kisaran biaya sasaran.

d. Menganalisis biaya, harga dan penawaran pesaing

Perusahaan dapat menggunakan analisis biaya, permintaan pasar, biaya pesaing, harga pesaing dan kemungkinan reaksi pesaing sebagai dasar penetapan harga. Perusahaan juga perlu membandingkan biayanya dengan biaya pesaing, apakah biaya produksinya lebih rendah atau lebih tinggi dan juga harga serta kualitas penawaran pesaing. Dengan mengetahui biaya, harga dan kualitas pesaing, perusahaan dapat menggunakan sebagai titik orientasi untuk menetapkan harga.

Perusahaan harus menetapkan harga dekat dengan harga pesaing, jika pesaing itu merupakan pesaing utama. Jika kualitas penawaran lebih tinggi dari pesaing, maka perusahaan dapat menetapkan harga lebih tinggi dari harga pesaing, tetapi jika kualitas penawaran lebih rendah dari pesaing, maka perusahaan hendaknya menetapkan harga lebih rendah dari pesaing. Meskipun demikian, tidak menutup kemungkinan pesaing mengubah harganya sebagai tanggapan terhadap harga yang ditetapkan perusahaan.

e. Memilih metode penetapan harga

Kelima, perusahaan memilih salah satu dari berbagai metode harga, yaitu markup pricing, target-return pricing, competitive pricing, demand pricing, perceived value pricing dan value pricing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Penetapan harga markup (*markup pricing*)

Merupakan metode dengan menambahkan markup standar pada biaya produksi. Penetapan harga markup populer karena menetapkan biaya dan mengaitkan dengan harga lebih mudah, harga menjadi serupa jika industri menetapkan harga dengan metode ini dan merupakan penetapan harga yang lebih adil. Namun demikian, metode ini tidak akan menghasilkan penetapan harga yang optimal karena mengabaikan permintaan.

2. Penetapan harga berdasarkan target (*target-return pricing*)

Merupakan metode penetapan harga yang menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi (ROI) yang diinginkan.

3. Penetapan harga berdasarkan persaingan (*competitive pricing*)

Merupakan metode penetapan harga dengan menggunakan harga pesaing, apakah di bawah, sama atau di atas harga pesaing. XL menentukan harga berdasarkan persaingan dengan iklan “TARIF TERMURAH Nelpon ke siapa saja se-Indonesia hanya Rp.10,- per detik”. Demikian pula yang dilakukan Air Asia juga menentukan harga berdasarkan persaingan dengan harga lebih rendah dari pesaing. Harga yang ditetapkan tersebut yang sesuai dengan promosinya berkisar antara 10%-20%.

4. Penetapan harga berdasarkan permintaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Penetapan harga berdasarkan permintaan adalah penetapan harga yang dihubungkan dengan harapan pelanggan dan situasi pembelian yang khusus. Sasarannya untuk menentukan seberapa besar harapan pembeli untuk membayar produk berdasarkan kontribusinya terhadap kebutuhan atau keinginannya. Lelang di Internet merupakan metode penetapan harga berdasarkan permintaan. PT. Les Nouveaux Constructeurs Premier Real Property Indonesia atau Premier Indonesia menetapkan harga berdasarkan permintaan. Perusahaan yang membidik pasar atas tersebut menetapkan harga bergantung pada tahap pembangunan dan fasilitas yang diinginkan atas permintaan pelanggan.

5. Penetapan harga berdasarkan nilai yang dipersepsikan (*perceived value pricing*)

Merupakan penetapan harga berdasarkan nilai yang dipersepsikan pelanggan sesuai dengan pemikiran penentuan posisi produk. AQUA menggunakan strategi ini dengan memasang harga sesuai dengan yang dipersepsikan pelanggan, yaitu air yang dianggap jernih dan sehat, sehingga memasang harga mahal pun tetap laku.

6. Penetapan harga berdasarkan nilai (*value pricing*)

Merupakan penetapan harga berdasarkan manfaat dan harga produk. Semakin tinggi manfaat produk dan semakin rendah harganya maka semakin tinggi nilai produk tersebut. Manfaat dapat berupa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



kualitas, keandalan, prestise, keistimewaan, garansi, merek, pilihan, pelayanan dan sebagainya. Toyota Lexus menetapkan harga berdasarkan nilai dengan memberikan fasilitas mobil mewah, tetapi dengan harga lebih rendah daripada mobil mewah pesaing dari Lexus.⁴⁸

f. Memilih harga akhir

Langkah terakhir dalam prosedur penetapan harga jual adalah menentukan harga akhir, yang harus mencerminkan cara-cara psikologis yang paling efektif, harus reaksi-reaksi yang mungkin timbul dari distributor, dealer, tenaga penjualan perusahaan, pesaing, pedagang dan pemerintah.

Perusahaan harus mempertimbangkan psikologi harga, di samping faktor lainnya, terutama faktor ekonomi. Faktor ego sangat efektif digunakan untuk menetapkan harga, misalnya untuk harga mobil mewah dan parfum mahal yang menggambarkan citra produk tersebut. Iklan jam TAGHeuer mencitrakan jam yang dipakai hanya oleh orang yang khusus.

Angka-angka psikologis sering digunakan dalam menetapkan harga dalam iklan. Perusahaan lebih memilih harga Rp. 999.000,- daripada Rp. 1.000.000,- padahal hanya selisih Rp. 1.000,- atau lebih memilih Rp. 299.000,- daripada Rp. 300.000,-.

⁴⁸ *Ibid.*, h. 130.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perusahaan harus mempunyai kebijakan yang konsisten dalam menentukan harga. Perusahaan penerbangan mengenakan biaya bila tiket yang mendapat potongan tidak dipakai pada tanggal dan jam yang telah ditentukan. Bank memberikan pinalti bagi yang tidak tepat waktu membayar angsuran. Demikian pula hotel memberikan tambahan biaya jika melebihi jam *checkout*.

Perusahaan harus mempertimbangkan keuntungan dan risiko bersama dengan distributor, penyalur dan wiraniaga terhadap reaksi dari pembeli yang tidak puas serta harus mempertimbangkan reaksi pihak lain atas harga yang ditentukan, antara lain reaksi dari distributor, penyalur, wiraniaga dan bahkan pesaing.

g. Menyesuaikan harga

Perusahaan sering menetapkan strategi modifikasi terhadap harga dasarnya. Ada 4 strategi penyesuaian harga, diantaranya:

1. Penetapan Harga Geografis, perusahaan memutuskan bagaimana memberi harga kepada produknya untuk konsumen yang berbeda dalam lokasi dan negara yang berbeda.
2. Diskon Harga dan Insentif, diskon adalah potongan harga. Insentif adalah pembayaran ekstra dirancang untuk mendapatkan partisipasi penjual perantara dalam program khusus.
3. Penetapan harga promosi, perusahaan dapat menggunakan beberapa teknik untuk merangsang pembelian dini seperti : penetapan harga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



pemimpin kerugian, penetapan harga acara khusus, rabat tunai, pembayaran berbunga rendah, jangka waktu pembayaran yang lebih panjang, jaminan dan kontak jasa dan diskon psikologis.

4. Penetapan Harga Terdiferensiasi, diskriminasi harga terjadi jika perusahaan menjual produk atau jasa dengan dua harga atau lebih yang tidak mencerminkan perbedaan proporsional dalam biaya.⁴⁹

Dalam melakukan penilaian kembali terhadap strategi penetapan harga yang telah dilakukan, perusahaan memiliki tiga alternative strategi, yaitu:

a. Mempertahankan harga

Strategi ini dilaksanakan dengan tujuan mempertahankan posisi dalam pasar (misalnya pangsa pasar perusahaan) dan untuk meningkatkan citra yang baik di masyarakat.

b. Menurunkan harga

Strategi ini bukanlah strategi yang gampang dilaksanakan, karena perusahaan harus memiliki kemampuan finansial yang besar dan sanggup menghadapi setiap kemungkinan persaingan yang timbul, terutama dalam aspek harga.

c. Menaikkan harga

Menaikkan harga produk biasanya dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan profitabilitas dalam periode inflasi,

⁴⁹ *Ibid.*, h. 133-134.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengambil keuntungan dari diferensiasi produk (baik diferensiasi riil maupun diferensiasi persepsi) atau untuk melakukan segmentasi pasar yang dilayani.⁵⁰

Strategi Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam

Teori ekonomi Islam mengenai harga pertama kali dapat dilihat dari sebuah Hadist yang menceritakan bahwa ada sahabat yang mengusulkan kepada Nabi untuk menetapkan harga dipasar sebagaimana yang telah diungkapkan sebelumnya.⁵¹ Sistem didefinisikan sebagai suatu organisasi berbagai unsur yang saling berhubungan satu sama lain. Unsur tersebut juga saling mempengaruhi dan saling bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.⁵² Ekonomi Islam merupakan bagian dari sistem Islam yang mencakup kaidah dan syari'atnya. Dalam sistem ekonomi Islam, manusia dikendalikan oleh keyakinan bahwa tingkah laku ekonomi manusia di dunia ini akan dapat terkendali, sebab manusia harus sadar bahwa perbuatannya termasuk tindakan ekonominya akan dimintai pertanggung jawabannya kelak oleh Allah SWT yang dasarnya adalah iman. Oleh karena itu, perilaku yang diutamakan oleh individu beriman adalah kerjasama bukan kompetisi.

⁵⁰ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h.181.

⁵¹ Mawardi, *Ekonomi islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007), h. 37.

⁵² Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Bila kompetisi yang diutamakan akan membuahkan ketidakadilan dan ketidakjujuran, serta akan merusak tatanan moral yang amat didambakan oleh manusia yang beriman. Oleh karena itu, paradigmanya adalah syari'ah, dan hal ini menjadi dasar dalam sistem ekonomi Islam. Dengan kata lain syarat utama adalah memasukkan unsur-unsur syari'ah dalam bidang ekonomi. Karena ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang tidak bebas dari nilai-nilai Islam atau nilai-nilai moral.⁵³

Nilai-nilai moral merupakan aspek normatif yang harus dipakai untuk menganalisa fenomena ekonomi serta mengambil sejumlah keputusan sehingga mampu meraih tujuan-tujuan yang diridhai Allah SWT.⁵⁴ Dalam sistem ekonomi Islam, pasar yang ada berdasarkan etika dan nilai-nilai syari'ah, baik dalam bentuk perintah, larangan, anjuran, ataupun himbauan. Pelaku pasar mempunyai tujuan utama dalam melakukan sebuah transaksi, yaitu mencapai ridha Allah SWT yang berdasarkan pada nilai-nilai Ilahiah demi mewujudkan kemaslahatan hidup bersama di samping kesejahteraan individu.⁵⁵

⁵³ Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sekeloa, 1997), h. 150.

⁵⁴ Muh Said, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Suska Pers, 2008), h. 30-39

⁵⁵ Said Saad Marthon, *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Global*, (Jakarta: Zikrul Hakim), h. 77-78.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Menurut Ibnu Taimiyah "Harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran."⁵⁶ Dari definisi tersebut jelaslah bahwa yang 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, duopoli, oligopoli, dan persaingan sempurna. Apapun bentuk penawaran pasar, tidak dilarang oleh agama Islam selama tidak berlaku zalim terhadap para konsumen. Jadi harga 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 para pembeli memberikan ridha dan para penjual juga memberikan ridha. Jadi para pembeli dan para penjual masing masing meridhai. Titik keseimbangan yang merupakan kesepakatan tersebut dinamakan dengan harga.

Harga yang adil ini dijumpai dalam beberapa terminologi, antara lain: si'r al-mith, tsaman al-mith, dan qimah al-adl (harga yang adil) pernah digunakan oleh Rasulullah Saw. Dalam mengomentari kompensasi bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil atau qimah al-adl (sahih muslim). Penggunaan istilah ini juga ditemukan dalam laporan tentang Khalifah Umar bin Khatab dan Ali bin Abi Thalib. Umar bin

⁵⁶ Yusuf Qhardawi, *Op.Cit.*, 247.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Khatab menggunakan istilah harga yang adil ini ketika menetapkan nilai baru atas fidyah (denda/uang tebusan darah), setelah nilai dirham turun sehingga harga harga naik (Ibn Hanbal).⁵⁷

Meskipun istilah-istilah di atas telah digunakan sejak masa Rasulullah Saw dan khulafaurrasyidin, tetapi sarjana muslim pertama yang memberikan perhatian secara khusus adalah Ibnu Taimiyah. Ibnu Taimiyah sering menggunakan terminologi dalam pembahasan harga ini, yaitu *Iwad al mith* (equivalen compensation/kompensasi yang setara) dan *tsaman al-mith* (equivalen price/harga yang setara). Dalam *al-Hisbahfi al-Islam*, sebagaimana yang dikutip oleh Adiwarmanto Azwar Karim dalam bukunya yang berjudul *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, menjelaskan. "kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah esensi keadilan (*nafs al-adl*).⁵⁸ Di manapun ia membedakan antara dua jenis harga yaitu harga yang tidak adil dan terlarang serta harga yang adil dan disukai. Dia mempertimbangkan harga yang setara ini sebagai harga yang adil".⁵⁹

Adapun strategi penentuan harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada strategi penentuan harga yang adil sebab ia cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara

⁵⁷ *Ibid.*, h. 353.

⁵⁸ *Ibid.*,

⁵⁹ *Ibid.*, h. 354.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



umum, strategi penentuan harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Penentuan harga harus mencerminkan manfaat sebagai pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarnya.

Ilmuan muslim telah memberikan perhatian khusus terhadap penetapan harga antara lain :

a. Abu Yusuf

Tercatat pada sejarah, tokoh muslim pertama yang menyinggung tentang mekanisme pasar dan harga, ialah Abu Yusuf yang memperhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan. Pada saat itu beliau melihat adanya suatu fenomena bila terjadi kelangkaan maka harga akan naik sedangkan pada saat barang tersebut melimpah, maka harga cenderung untuk turun atau lebih rendah. Hal ini bila terfikirkan dalam logika kita adalah hal yang lumrah adanya, namun Abu Yusuf menyangkal pendapat umum mengenai hubungan terbalik antara persediaan dan harga, karena dalam kenyataannya tidak selalu terjadi. “Kadang-kadang makanan berlimpah, tetapi mahal dan kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi murah” disini ia menjelaskan bahwa harga tidak bergantung pada permintaan saja, tetapi juga bergantung pada kekuatan penawaran. Oleh sebab itu, peningkatan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ataupun penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan peningkatan atau penurunan permintaan. Ia mengatakan bahwa “Tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Melimpahnya makanan, demikian juga mahal tidak disebabkan karena kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah.”⁶⁰

Menurut beberapa pengamat, ucapan Abu Yusuf dikatakan sebagai hasil penelitiannya pada masa itu, yaitu keberadaan yang bersamaan antara melimpahnya barang dan tingginya harga serta kelangkaan barang dan harga rendah.⁶¹ Saat itu pula Abu Yusuf menentang penguasa menetapkan harga pada analisisnya dalam konsep pengendalian harga (tas‘ir).⁶² Yang melandasi konsep ini adalah hadist Rasulullah Saw.

“Pada masa Rasulullah Saw., harga-harga melambung tinggi. Para sahabat mengadu kepada Rasulullah dan memintanya agar melakukan penetapan harga. Rasulullah Saw. Bersabda, tinggi rendahnya harga barang merupakan bagian dari ketentuan Allah, kita tidak bisa mencampuri urusan dan ketetapan-Nya.”

Dalam hal ini penguasa pada umumnya dalam memecahkan masalah kenaikan harga dengan menambah suplai bahan makanan dan

⁶⁰ Abu Yusuf, Kitab Al-Kharaj, Beirut : Dal al-Ma’rifah

⁶¹ Adiwarmanto A. Karim, *op. cit.*, h. 31.

⁶² *Ibid.*, h. 224.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



menghindari kontrol harga. Islam menginginkan pasar yang bersih dari praktik ikhtikar, monopoli dan praktik korup dan membiarkan harga terbentuk atas kekuatan permintaan dan penawaran.

b. Al-Ghazali

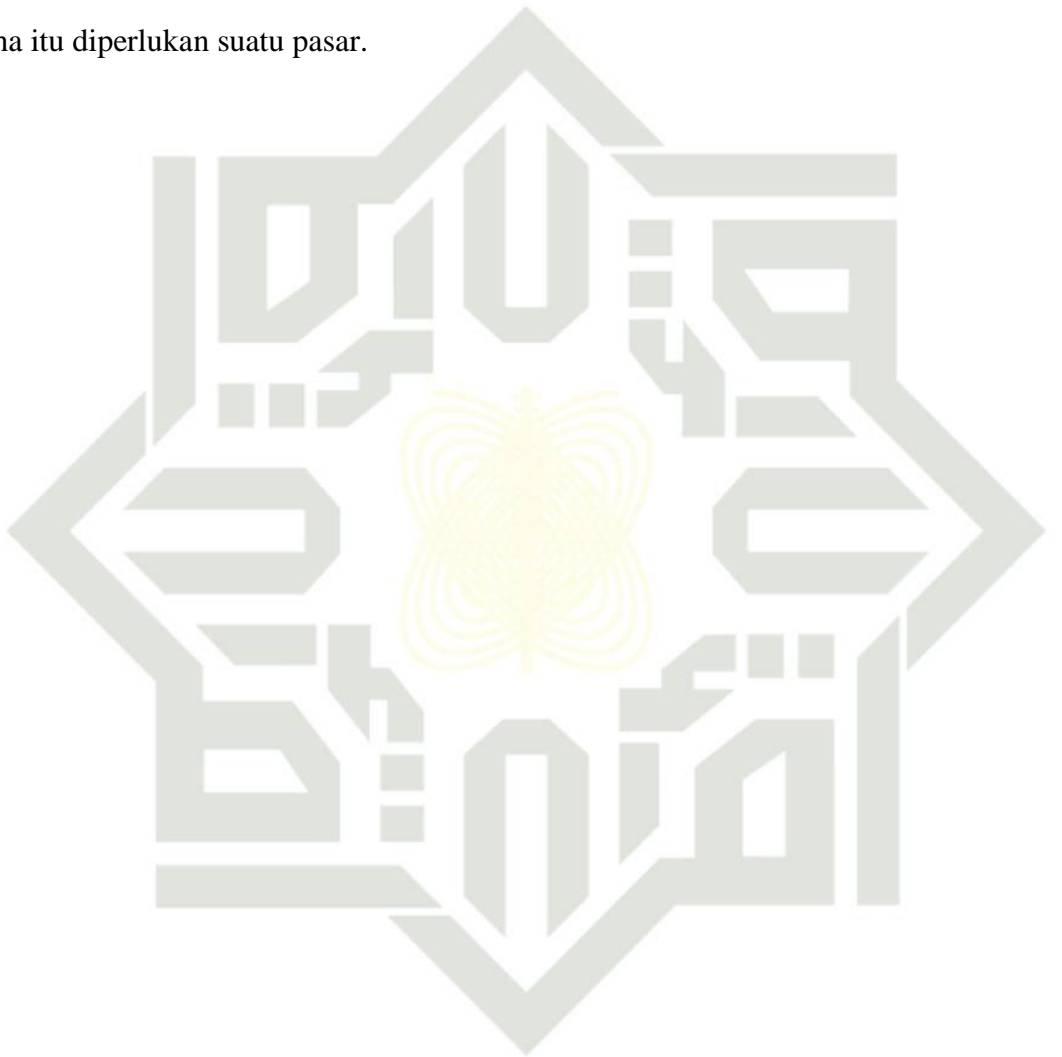
Imam Al Ghazali dalam karyanya kitab *Ihya Ulumuddin* banyak membahas topik-topik ekonomi, termasuk kekuatan permintaan dan penawaran dalam mempengaruhi harga. Dalam penjelasannya tentang proses terbentuknya suatu pasar ia menyatakan, Dapat saja petani hidup dimana alat-alat pertanian tidak tersedia. Sebaliknya, pandai besi dan tukang kayu hidup dimana lahan pertanian tidak ada. Namun, secara alami mereka akan saling memenuhi kebutuhan masing-masing. Dapat saja terjadi tukang kayu membutuhkan makanan, tetapi petani tidak membutuhkan alat-alat tersebut. Keadaan ini menimbulkan masalah. Oleh karena itu, secara alami pula orang akan terdorong untuk menyediakan tempat penyimpanan alat-alat disatu pihak, dan penyimpanan hasil pertanian dipihak lain. Tempat inilah yang kemudian didatangi pembeli sesuai kebutuhannya masing-masing sehingga terbentuklah pasar. Petani, tukang kayu, dan pandai besi tidak dapat langsung melakukan barter juga terdorong pergi ke pasar ini. Bila di pasar juga tidak ditemukan orang yang mau melakukan barter, maka ia akan menjual kepada pedagang dengan harga yang relatif murah, untuk kemudian disimpan sebagai persediaan. Pedagang kemudian menjualnya dengan suatu tingkat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



keuntungan. Hal ini berlaku untuk setiap jenis barang. Dari pernyataan tersebut, Al-Ghazali menyadari kesulitan yang timbul akibat sistem barter yang dalam istilah ekonomi modern disebut double coincidence, dan karena itu diperlukan suatu pasar.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Strategi penetapan harga yang digunakan oleh usaha Fitrah Mebel dalam menetapkan harga produknya dengan didasari oleh enam langkah pokok yaitu memilih sasaran harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, memilih metode penetapan harga, memilih harga akhir, dan strategi dalam menyesuaikan harga. Pada saat ini usaha Fitrah Mebel belum menggunakan metode *competitive pricing* yaitu suatu metode yang digunakan untuk mengetahui harga pesaing. Usaha Fitrah Mebel juga tidak mengikuti harga mebel-mebel yang lain. Dengan menetapkan harga lebih murah dibandingkan dengan mebel-mebel yang lain.
2. Adapun tinjauan Ekonomi Syariah terhadap strategi penetapan harga jual pada usaha Fitrah Mebel di Kelurahan Air Tiris sudah sesuai dengan prinsip Ekonomi Syariah, karena pihak usaha Fitrah Mebel mengutamakan kemaslahatan umat, dengan cara melihat kondisi keadaan pelanggan, keadaan ekonomi masyarakat dan melihat daya beli masyarakat, dilakukan atas suka sama suka tanpa adanya paksaan, dan tidak adanya unsur penipuan dan kezaliman.

B. Saran

1. Dari beberapa strategi yang ada sebaiknya usaha Fitrah Mebel Kelurahan Air Tiris menggunakan metode *competitive pricing*, agar dapat memberikan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen, agar usaha Fitrah Mebel dapat meningkatkan penjualannya.
2. Pihak usaha Fitrah Mebel harus mempertahankan strategi penetapan harga yang melihat kondisi keadaan pelanggan, kondisi ekonomi masyarakat, dan daya beli masyarakat yang bertujuan untuk menciptakan kemaslahatan umat, dan ini telah sesuai dengan syariat Islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997).
- Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004)
- Arzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995)
- Ahamd Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007)
- Angipora Marius P, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2002)
- Basu Swastha dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern, Liberty*, (Yogyakarta, 2005)
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Alfabeta, 2005)
- Bukhari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: Alfabeta, 2003)
- David W. Cravens, *Pemasaran Strategis*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1998)
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005)
- Euis Amalia, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009)
- Fandy Tjiptono dkk, *Pemasaran startegi*, (Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2008)
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* , (Yogyakarta: Andi Offset, 1997)
- Fandy Tjiptono, *strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Affset, 2008)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009)
- George Rifai, *Prinsip-Prinsip Pengelolaan Strategi Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012)
- Harman Malau, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Hendra Rjofita, *Strategi Pemasaran*, (Pekanbaru: CV. Mutiara Pesisir Sumatra, 2015)
- Husein Syahatah, *Ekonomi Rumah Tangga Muslim*, (Jakarta: Gema Insani, 2004)
- Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997)
- Ismail Nawawi, *Islam dan Bisnis*,(Surabaya: VIV Press, 2011).
- Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis, Pengenalan Praktis dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2006)
- Izzan, Ahmad. Syahri tanjung, *Ekonomi Syariah*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2006)
- Jejuk Herawati dan Sunarto *MSDM STRATEGIK*, (Yogyakarta: AMUS, 2004)
- Jismaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- Kartika Imasari Tjiptodjojo, *Odd Price: Harga, Psikologi dan Perilaku Konsumen dalam Purchase Decision Making*, Jurnal Manajemen Vol. 11, Nomor 2.
- M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009)
- M. Suyanto *Marketing Strategi*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007)
- M. Suyanto, *Etika dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW*, (Yogyakarta: C.V ANDI, 2008).
- Masyhuri, *System Perdagangan Dalam Islam*,(Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi-LIPI, 2005)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mawardi, *Ekonomi islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007)

Muh Said, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Suska Pers, 2008).

Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga dalam Perpektif Islam*, (Jurnal Ekonomi Islam)

Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008)

Muhandis Natadiwirya, *Etika Bisnis Islami*, (Jakarta: Granada Press, 2007)

Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Alfabeta, 2010)

Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010)

Nursalam, *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*, (Jakarta: salemba Medika, 2003)

Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004)

Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009)

Racmat Syafe'i, *Fiqih Mu'amalah*,(Bandung: CV Pustaka Setia, 2004)

Sadono Sukirno, *et al. Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2011)

Said Saad Marthon, *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Global*, (Jakarta: Zikrul Hakim).

Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997)

Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Refika Aditama, 2014)

Sugih Wibowo, dkk, *Petunjuk Mandiri Usaha Kecil*, (Jakarta: Penerbit Swadaya, 2005)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011)
- Suharno. Yudi Sutano, *Marketing In Practice*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)
- Sharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002)
- Winardi. J, *Manajemen Perubahan (The Management of Change)*, (Jakarta: Prenada Media, 2005)
- Yordanus, “Kajian dan Motif Ragam Hias Pada Kursi Tamu: Studi Kasus “CV. Jepara Lestari Furniture”. Artikel diakses pada 2 Mei 2019 dari <http://Siuntul.blogspot.com/2017/06/penegrtian-dari-furniture-mebel-fungsi.html>.
- Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, (jakarta: Robbani Press, 1997)

DAFTAR WAWANCARA PENELITIAN

A. Memilih Sasaran Harga

1. Apakah Fitrah Mebel akan menurunkan harga produk disaat ingin mempertahankan kehidupan Fitrah Mebel?
2. Apakah Fitrah Mebel akan mengatur harga sedemikian rupa untuk meningkatkan jumlah penjualan produk?
3. Apakah Fitrah Mebel menetapkan harga produk dengan apa yang pasar kehendaki?
4. Apakah Fitrah Mebel merancang harga untuk mengalahkan harga pesaing?
5. Apakah Fitrah Mebel merancang harga yang tetap terhadap produk yang mempunyai kualitas yang tinggi?

B. Menentukan Permintaan

1. Apakah Fitrah Mebel akan menaik-turunkan harga produknya disaat adanya ketidak pekaan konsumen terhadap harga?

C. Memperkirakan Biaya

1. Untuk memperkirakan biaya suatu produk, apakah Fitrah Mebel menggunakan metode penetapan biaya sasaran?

D. Memilih Metode Penetapan Harga

1. Apakah Fitrah Mebel menetapkan harga berdasarkan target yang telah ditetapkan?
2. Untuk mengetahui harga pesaing, harga di bawah, sama atau di atas harga pesaing, apakah Fitrah Mebel menggunakan metode berdasarkan persaingan (*competitive pricing*)?
3. Apakah Fitrah Mebel menetapkan harga berdasarkan manfaat dan nilai produk dengan metode value pricing?

E. Memilih Harga Akhir

1. Apakah faktor ekonomi menjadi salah satu alasan Fitrah Mebel menetapkan harga?
2. Apakah Fitrah Mebel menetapkan harga dengan angka-angka psikologis?

F. Menyesuaikan Harga

1. Apakah Fitrah Mebel menetapkan harga berdasarkan lokasi dan daerah tertentu?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Apakah Fitrah Mebel mengurangi harga bagi pembeli yang membeli dalam jumlah yang besar?
3. Apakah Fitrah Mebel mengikuti harga mebel yang lain ?

G. Pertanyaan Tambahan

1. Apakah usaha Fitrah Mebel dalam menetapkan harga memperhatikan daya beli masyarakat ?
2. Apakah usaha Fitrah Mebel dalam menetapkan harga memperhatikan perilaku pelanggan ?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Daftar harga barang Mebel di Air Tiris

No	Nama Produk	Fitrah Mebel	IMB	PDM
1	Matras Kangaroo 180 x 200 plus Divan No. 1	1.950.000	2.100.000	2.150.000
2	Matras Caisar 180 x 200 plus Divan No. 1	2.200.000	2.400.000	2.400.000
3	Matras Bigland 180 x 200 plus Divan No. 1	2.500.000	2.600.000	2.550.000
4	Matras Smarland 180 x 200 plus Divan No. 1	2.100.000	2.200.000	2.300.000
5	Matras Modis 180 x 200 plus Divan No. 1	2.900.000	3.100.000	3.000.000
6	Matras Elite 180 x 200 plus Divan No. 1	3.600.000	3.750.000	3.700.000
7	Matras American 180 x 200 plus Divan No. 1	2.900.000	3.000.000	3.000.000
8	Matras Beauty Land 180 x 200 plus Divan No. 1	2.100.000	2.200.000	2.250.000
9	Matras Indopillo 180 x 200 plus Divan No. 1	2.700.000	2.850.000	2.800.000
10	Matras Talatex 180 x 200 plus Divan No. 1	6.000.000	6.100.000	6.100.000
11	Kursi Plastik Napoly	50.000	95.000	95.000
12	Kursi Tunggu	225.000	300.000	350.000
13	Meja Makan 6 kursi kayu	1.400.000	1.500.000	1.500.000
14	Meja Makan 6 kursi Import besi/kaca	2.900.000	3.100.000	3.100.000
15	Lemari 3 pintu Olympic	700.000	800.000	800.000
16	Lemari 2 pintu Olympic	550.000	650.000	600.000
17	Lemari Import 4 pintu	2.400.000	2.500.000	2.550.000

Sumber data: Survei harga pada tanggal 20 Desember 2018

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Daftar harga barang Mebel di Air Tiris

No	Nama Produk	Fitrah Mebel	IMB	PDM
1	Matras Kangaroo 180 x 200 plus Divan No. 1	2.100.000	2.200.000	2.150.000
2	Matras Caisar 180 x 200 plus Divan No. 1	2.000.000	2.150.000	2.200.000
3	Matras Bigland 180 x 200 plus Divan No. 1	2.400.000	2.500.000	2.550.000
4	Matras Smarland 180 x 200 plus Divan No. 1	2.100.000	2.200.000	2.200.000
5	Matras Modis 180 x 200 plus Divan No. 1	3.100.000	3.200.000	3.150.000
6	Matras Elite 180 x 200 plus Divan No. 1	3.800.000	3.950.000	3.900.000
7	Matras American 180 x 200 plus Divan No. 1	2.900.000	3.000.000	3.000.000
8	Matras Beauty Land 180 x 200 plus Divan No. 1	2.100.000	2.200.000	2.250.000
9	Matras Indopillo 180 x 200 plus Divan No. 1	2.600.000	2.750.000	2.750.000
10	Matras Talatex 180 x 200 plus Divan No. 1	6.050.000	6.100.000	6.100.000
11	Kursi Plastik Napoly	55.000	95.000	95.000
12	Kursi Tunggu	255.000	300.000	350.000
13	Meja Makan 6 kursi kayu	1.400.000	1.500.000	1.500.000
14	Meja Makan 6 kursi Import besi/kaca	2.900.000	3.100.000	3.100.000
15	Lemari 3 pintu Olympic	700.000	800.000	800.000
16	Lemari 2 pintu Olympic	700.000	750.000	750.000
17	Lemari Import 4 pintu	2.500.000	2.650.000	2.600.000

Sumber data: Survei harga pada tanggal 20 Agustus 2019

Jumlah Pendapatan Penjualan Usaha Fitrah Mebel Kelurahan Air Tiris

No	Bulan	Jumlah Pendapatan Penjualan
1	Januari	550.023.000
2	Februari	615.082.600
3	Maret	563.378.000
4	April	629.043.000
5	Mei	753.228.000
6	Juni	693.000.000
7	Juli	553.000.000
8	Agustus	525.658.395
9	September	643.594.054
10	Oktober	679.635.660
11	November	693.764.658
12	Desember	780.804.700
	Total	7.680.212.067

Sumber: Data penjualan bulan januari sampai bulan desember 2013

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI USAHA FITRAH MEBEL

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

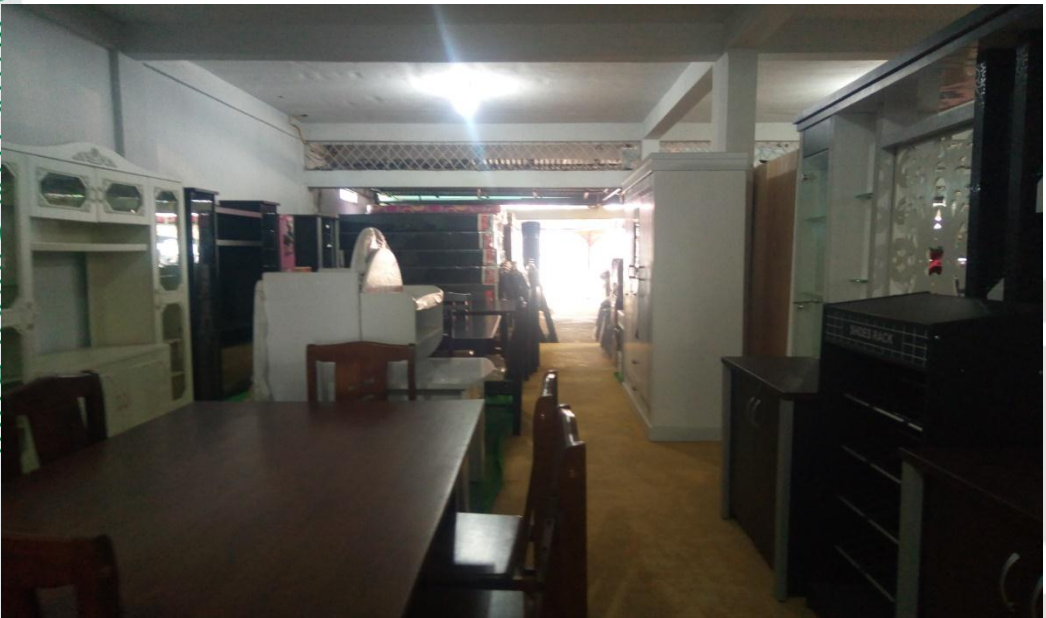
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skrripsi dengan judul **STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PADA USAHA FITRAH MEBEL DI KELURAHAN AIR TIRIS MENURUT EKONOMI SYARIAH**, yang ditulis oleh :

Nama : **TIARA DEWI**
NIM : 11525201436
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 28 November 2019 M
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dra. Nurlaili, M.Si

Sekretaris
Ade Fariz Fahrullah, M.Ag

Penguji I
H. M. Abdi Almaksur, MA

Penguji II
Syamsurizal, SE., M.Sc. Ak, CA

Kepala Bagian Tata Usaha
Fakultas Syariah dan Hukum



Erni, S.Sos., MM

NIP. 19680226 199103 2 002

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كآبة الشريعة و القانون
 FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 Po. Box. 1004 Telp. 0761-561645
 Fax. 0761-562Q52 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

- | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. NAMA | : Tiara Dewi |
| 2. NOMOR MAHASISWA | : 11525201436 |
| 3. JUDUL USUL PENELITIAN | : Analisis metode penetapan harga produk dalam menghadapi persaingan pada usaha mebel di air tiris kecamatan kampar ditinjau menurut prespektif ekonomi syariah |
| 4. Hari/Tgl. Diseminarkan | : Senin / 28 Januari 2019 |
| 5. Hasil Seminar dirumuskan adalah : | |
| a. Judul | : Disetujui / Ditolak / Disempurnakan |
| b. Latar Belakang Masalah | : Jelas/Masih Kabur/Perlu Perbaikan |
| c. Permasalahan | : Jelas / Masih Kabur / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas |
| d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | : Jelas / Mengambang / Perlu Perbaikan |
| e. Kerangka Teoritis (jika ada) | : Jelas / Kurang Jelas / Perlu Disempurnakan |
| f. Rumusan Hipotesis (jika ada) | : Cukup Tajam / Perlu Dipertajam |
| g. Metode Penelitian | : Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan |
| h. Daftar Pustaka | : Cukup / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti |

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER


 Syamsurizal, SE, M.Sc. AK

UIN SUSKA RIAU

Catatan :
 Perubahan Judul dalam Seminar
 Dikonultasikan dengan WD I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul: ANALISIS METODE PENETAPAN HARGA PRODUK
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PADA USAHA MEBEL DI AIR TIRIS
KECAMATAN KAMPAR DI TINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Nama : Tiara Dewi
NIM : 11525201436
Program Studi : Ekonomi Syariah
Diseminarkan pada :
Hari / Tanggal : Senin / 28 Januari 2019
Narasumber : Syamsurizal,SE,M.Sc.AK

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa
Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala Sub. Bagian Akademik


Rosmiati, S.Ag.
NIP. 19740910 200312 2 003

Pekanbaru,
Narasumber


Syamsurizal, SE, M.Sc. AK
NIP. 19801216 200912 1 002

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 Po. Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/1942/2019

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini
menerangkan bahwa :

Nama : TIARA DEWI
NIM : 11525201436
Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Telah Lulus :

UJIAN KOMPREHENSIF

Yang diselenggarakan pada tanggal : 19 FEBRUARI 2019

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 11 Maret 2019



UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Un.04/F.I/PP.01.1/5187/2019

Pekanbaru, 27 Mei 2019

Penting

Pembimbing Skripsi

Kepada

Yth. Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak
Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Bersama ini kami minta kesediaan Saudara untuk membimbing mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam menyusun Skripsi :

Nama : TIARA DEWI

NIM : 11525201436

Jurusan : Ekonomi Syariah S1

Kepada Saudara diharapkan membimbing metodologi dan materi skripsi. Sebagai bahannya kami kirimkan proposal penelitian dimaksud dengan judul : "Strategi penetapan harga usaha fitrah mebel kelurahan air tiris kecamatan kampar menurut ekonomi syariah"

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Dekan

Wakil Dekan I

Dr. Drs. Heri Sunandar, Mcl

NIP. 19660803 199303 1 004

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim R

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim R

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web.http//fasih.uin-suska.ac.id,E-mail : fsihinriau@gmail.com

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/5835/2019
ifat : Biasa
amp : 1 (Satu) Proposal
lal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 17 Juli 2019

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : TIARA DEWI
NIM : 11525201436
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : IX (Sembilan)
Lokasi : Fitrah mebel kelurahan air tiris jl. Raya pekanbaru-bangkinang

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul
:Strategi penetapan harga usaha fitrah mebel kelurahan air tiris dalam meningkatkan
penjualan menurut ekonomi syariah

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksanya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

Rektor
Dekan

Dr. H. Hajar., M.Ag
19580712 198603 1 0037

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU

PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
Email : dpmtsp@riau.go.id Kode Pos : 28126



032010

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/24388
TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : /F.I/PP.00.9/5835/2019 Tanggal 17 Juli 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

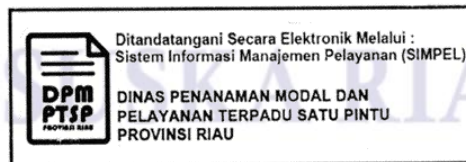
- 1. Nama : **TIARA DEWI**
- 2. NIM / KTP : **11525201436**
- 3. Program Studi : **EKONOMI SYARIAH**
- 4. Jenjang : **S1**
- 5. Alamat : **KEPULAUAN RIAU**
- 6. Judul Penelitian : **STRATEGI PENETAPAN HARGA USAHA FITRAH MEBEL DI KELURAHAN AIR TIRIS DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MENURUT EKONOMI SYARIAH**
- 7. Lokasi Penelitian : **FITRAH MEBEL KELURAHAN AIR TIRIS**

dan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 17 Juli 2019



Disampaikan Kepada Yth :
Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
Pemilik Usaha Fitrah Mebel Kelurahan Air Tiris
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

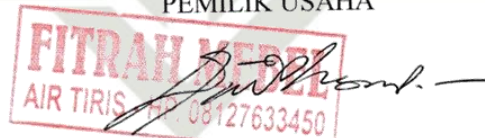
Perihal : Surat Keterangan Melakukan Penelitian
Nomor : 09/08/20/2019
Lampiran :-

Usaha Fitrah Mebel Kelurahan Air Tiris Kecamatan Kampar dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : TIARA DEWI
Nim : 11525201436
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : **STRATEGI PENETAPAN HARGA USAHA FITRAH MEBEL KELURAHAN AIR TIRIS DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MENURUT EKONOMI SYARIAH**

Adalah benar Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru yang sudah melakukan penelitian di Usaha Fitrah Mebel Kelurahan Air Tiris Kecamatan Kampar. Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Air Tiris, 20 Agustus 2019
PEMILIK USAHA



H. Bukhari Yahya

H. Bukhari Yahya

UIN SUSKA RIAU

JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www.jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **TIARA DEWI**
 NIM : **11525201436**
 Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**
 Judul : **STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PADA USAHA FITRAH
 MEBEL DI KELURAHAN AIR TIRIS MENURUT EKONOMI
 SYARIAH**

Pembimbing : **Syamsurizal, SE, M. Sc, Ak, CA**

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 18 Desember 2019

An. Pimpinan Redaksi



M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL

NIP. 198804302019031010

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS

Assalamua'laikum Wr.Wb



Penulis bernama TIARA DEWI, lahir di BANGKINANG pada tanggal 20 September 1996, penulis merupakan anak pertama dari 4 bersaudara, putri dari Bapak Agusri dan Ibu Elizarti. Pendidikan formal yang di tempuh penulis adalah pendidikan Sekolah Dasar Negeri 057 Pulau Pandak, selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di MTs PPMTI Tg. Berulak dan MA di PPMTI Tg. Berulak. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum pada tahun 2015. Pada tahun 2018 penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tg. Karang – Kampar Kiri Hulu. Pada tahun 2019 penulis melakukan penelitian skripsi dengan judul **“Strategi Penetapan Harga Jual Pada Usaha Fitrah Mebel Di Kelurahan Air Tiris Menurut Ekonomi Syariah”** di bawah bimbingan Bapak Syamsurizal, SE.,M.Sc.,Ak.CA. Terakhir pada tanggal 04 November 2019 penulis di Munaqasyahkan dalam sidang ujian Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan dinyatakan **“LULUS”** dengan predikat **“SANGAT MEMUASKAN”** dan berhak menyandang gelar ***Sarjana Ekonomi (SE)***.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.