



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 satu 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**ANALISIS PENETAPAN HARGA SEMBAKO DALAM  
MENINGKATKAN KEPUASAN PEMBELI DI PASAR  
SELASA SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN  
KOTA PEKANBARU DITINJAU  
DARI EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**



Oleh:

**ASMARITA RAHAYU  
11525203933**

**UIN SUSKA RIAU**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU-PEKANBARU  
1441 H/2019 M**



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.

**ANALISIS PENETAPAN HARGA SEMBAKO DALAM  
MENINGKATKAN KEPUASAN PEMBELI DI PASAR  
SELASA SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN  
KOTA PEKANBARU DITINJAU  
DARI EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**

*Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi  
(SE)*



**UIN SUSKA RIAU**

Oleh:

**ASMARITA RAHAYU  
11525203933**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU-PEKANBARU  
1441 H/2019 M**

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

## PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul Analisis Pentapan Harga Sembako Dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli Di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Kota Pekanbaru Ditinjau Dari Ekonomi Islam, yang ditulis oleh :

Nama : Asmarita Rahayu

Nim : 11525203933

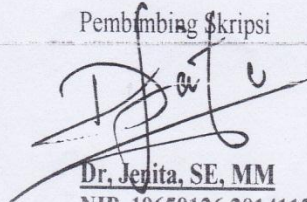
Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Pekanbaru, 9 Rabiul Akhir 1441 H

6 Desember 2019

Pembimbing Skripsi



Dr. Jajita, SE, MM

NIP. 19650126 2014112 001

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

## PERBAIKAN SKRIPSI

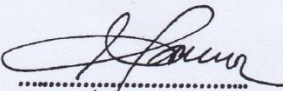
Skripsi dengan judul “ANALISIS PENETAPAN HARGA SWEMBAKO DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PEMBELI DIPASAR SELASA SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM” yang ditulis oleh:

Nama : **Asmarita Rahayu**  
NIM : 11525203933  
Program Studi : Ekonomi Syariah

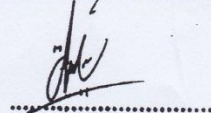
Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 17 Januari 2020  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

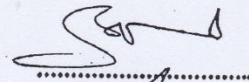
Ketua  
**Bambang Hermanto, M.Ag**



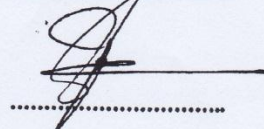
Sekretaris  
**Nuryanti, SEI, MESy**



Penguji I  
**Budi Azwar, SE., M.Ec**



Penguji II  
**Jonnus, SE, MM**



Mengetahui :

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



**Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag.**  
Nip. 19580712 1986031 005

## ABSTRAK

### **Amarita Rahayu, (2019): Analisis Penetapan Harga Sembako dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh peninjauan penulis di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Pasar Selasa salah satu pasar tradisional Pekanbaru pada awalnya hanyalah berupa pasar lingkungan kecamatan dengan sarana prasarana seadanya, Namun seiring dengan berkembangnya kota pekanbaru, secara otomatis pasar selasa Simpang Baru berkembang pula menjadi besar seperti yang ada pada saat sekarang ini. Adapun permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah Bagaimana Penetapan Harga Sembako di pasar selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

Tujuan dari penelitian ini untuk Untuk mengetahui Penetapan Harga Sembako dalam meningkatkan kepuasan pembeli dipasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

Penitian ini adalah Penelitian Lapangan (*Field Research*) yang dilakukan di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi. Analisa datanya bersifat *Deskriptif Kualitatif* di mana data yang diperoleh dan dianalisa serta disajikan dalam bentuk tabel kemudian diberikan penjelasan dan kesimpulan dari setiap tabel.

Hasil dari penelitian ini ialah Penetapan harga sembako dalam meningkatkan di pasar selasa simpang baru kecamatan tampan kota pekanbaru belum maksimal dalam , terbukti masih banyaknya pembeli yang merasa tidak sesuai dengan harga yang di tetapkan oleh pedagang dan Pedagang di pasar selasa masih banyak menetapkan harga tinggi dengan kualitas barang yang rendah atau tidak sesuai. Menurut Tinjauan Ekonomi islam terhadap Penetapan Harga Sembako dalam di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru ialah Penetapan Harga jual yang berbasis nilai keadilan dengan menetapkan harga yang wajar dan tidak mengambil keuntungan yang besar dan merupakan titik keseimbangan antara kekuatan permintaan dan penawaran yang disepakati secara sukarela oleh Pembeli dan Pedagang.

**Kata Kunci: Penetapan Harga, Kepuasan Pembeli**

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 mengumunkan 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 semesta alam yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan tepat pada waktunya yang berjudul **“Analisis Penetapan Harga Sembako Dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli Di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Di Tinjau Dari Ekonomi Islam.** Shalawat beriring salam semoga selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menunaikan amanah dan risalahnya sehingga kita bisa merasakan nikmatnya Iman, Islam dan Ukhuwah yang berlafadzkan *Allahumma Sholli ‘Ala Muhammad Wa ‘Ala Ali Muhammad,* mudah-mudahan dengan dengan seringnya bershawat kita termasuk umatnya yang mendapat syafa’at beliau di akhirat kelak nanti.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih banyak dan yang tulus dari lubuk hati paling dalam kepada:

1. Ayahanda (Alm) Kallang dan Ibunda Bungatang tersayang dan tercinta yang telah memberikan do’a, motivasi, moril maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag., M.Ag selaku Rektor UIN SUSKA Riau dan seluruh jajaran civitas akademika 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag beserta Wakil Dekan I Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL., Wakil Dekan II Dr. Wahidin, S.Ag., M.Ag., Dan Wakil Dekan III Dr. H. Magfirah, M.A.

4. Ketua Jurusan Bapak Bambang Hermanto M.Ag Serta Sekretaris Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau.

5. Yang terhormat Ibu Dr.Jenita, SE, MM yang telah membimbing dan meluangkan waktunya demi penyelesaian skripsi ini.

6. Pimpinan Bapenda dan Kantor Dinas Pasar di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. terimakasih telah memberikan Riset kepada penulis dalam penyelesaian skripsi dan berpartisipasi dalam penelitian penulis.

7. Kepala beserta karyawan perpustakaan UIN SUSKA Riau.

8. Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak selaku Dosen Penasehat Akademis Penulis.

9. Seluruh Dosen-dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN SUSKA Riau.

10. Kepada saudara kandung penulis, Firdaus, Hasbullah, Hamsah, Herman, Adi Saputra. Yang telah memberikan dukungan dan do'a kepada penulis.

11. Kepada sahabat yang berjuang bersama terimakasih atas bantuan dan do'a nya (Kasmawati, Dian Friska Hernadi, Nurasih, Nurdiana Nur ulfa dan kharunnas.

Pekanbaru, November 2019

Penulis



**DAFTAR ISI**

**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 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>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	9
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
E. Metode Penelitian .....	10
F. Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI</b>	
A. Sejarah dan Perkembangan Pasar Selasa Simpang Baru ...	15
B. Letak Geografis dan Demografis Pasar Selasa Simpang Baru .....	16
C. Visi, Misi dan Motto Pasar Selasa Simpang Baru .....	16
D. Struktur Organisasi .....	16
E. Status Pedagang Pasar selasa Panam .....	17
F. Jenis-Jenis Pedagang Pasar Selasa Simpang Baru .....	18
<b>BAB III TINJAUAN TEORITIS</b>	
A. Harga Secara Umum .....	21
B. Kepuasan Pembeli .....	38
C. Pasar .....	39
D. Tinjauan Penetapan Harga dalam Prespektif Ekonomi Islam .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Analisis Penetapan Harga Sembako dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli di Pasar Selasa Simpang Baru	



**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN PENELITIAN**

Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	46
B. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Penetapan Harga Sembako di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru .....	52
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	57



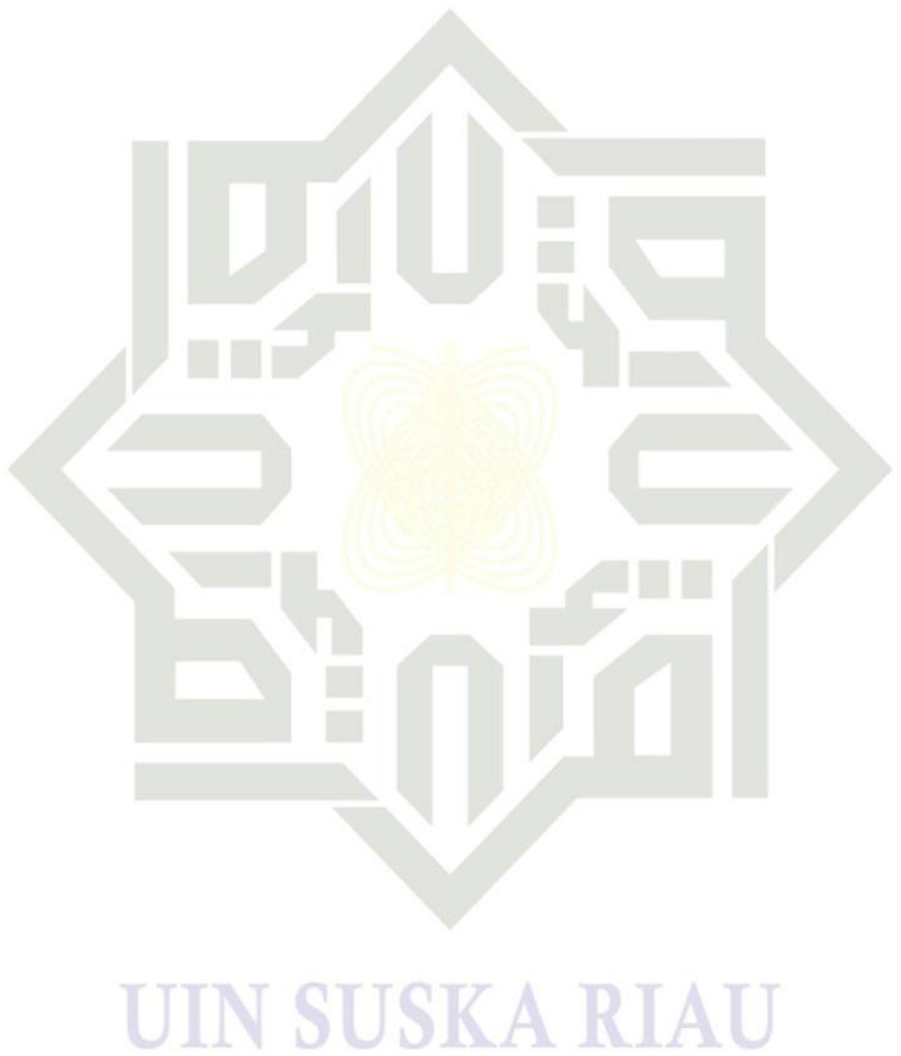
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - 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 TABEL

<p>© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p> <p>Hak Cipta dilindungi Undang-Undang</p> <p>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.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p>Tabel IV.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 46</p> <p>Tabel IV.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur..... 47</p> <p>Tabel IV.3 Apakah Bapak/Ibu Sering Berbelanja di Pasar Selasa Simpang Baru ..... 47</p> <p>Tabel IV.4 Apakah Kualitas Barang yang di Jual di Pasar Selasa Panam Sesuai dengan Harga..... 48</p> <p>Tabel IV.5 Apakah Harga Barang yang Rendah Kualitas Barangnya Juga Kurang Bagus ..... 49</p> <p>Tabel IV.6 Apakah Harga Barang yang di Jual Bersaing Antar Pedagang ..... 49</p> <p>Tabel IV.7 Apakah Barang yang di Jual di Pasar Selasa Panam Lengkap ..... 50</p> <p>Tabel IV.8 Apakah Barang yang Dijual di Pasar Selasa Panam bervariasi..... 50</p> <p>Tabel IV.9 Apakah Pedagang Pasar Selasa Panam Ada yang Mencampurkan Barang Barang yang Bagus dan Barang yang Rusak ..... 51</p> <p>Tabel IV.10 Apakah Pedagang yang Bersaing di Pasar Selasa Panam Secara Tidak Sehat..... 51</p>
---	--

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi .....	17
--------------------------------------	----



### 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

Harga pasar adalah harga yang dibayar dalam transaksi barang dan jasa sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli. Penetapan harga adalah ketetapan harga yang telah ditentukan oleh pihak yang berhak untuk menentukan harga tersebut. Dalam penetapan harga, suatu barang maka harus disepakati dan berlaku secara umum.<sup>1</sup>

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.<sup>2</sup> Seperti yang diungkapkan oleh Kotler, bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran seperti harga, produk, saluran dan promosi, yang dikenal dengan istilah empat P (Price, Product, Place dan Promotion). Harga bagi suatu usaha/badan usaha menghasilkan pendapatan (income), adapun unsur-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.

harga merupakan pendapatan bagi pengusaha maka ditinjau dari segi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang harus

<sup>1</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga,2010), h. 13

<sup>2</sup> Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2010), Edisi 13 Jilid 2, hlm. 67.



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 tersebut.<sup>3</sup>

Pengaruh harga satuan moneter adalah ukuran kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa”. Sementara dari pandangan konsumen harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai dimana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang dan jasa. Indikator penetapan harga yaitu.

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dan manfaat

Kualitas jasa merupakan tingkat kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>4</sup>

Harga dalam pandangan Islam sesuai dengan Maqasid asy-Syari’ah, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia. Seandainya Rasulullah saat itu langsung menetapkan harga, maka akan kontradiktif dengan mekanisme pasar. Akan tetapi pada situasi tertentu,

<sup>3</sup> Muhammad Birusman Nuryadin, *Harga dalam Perpektif Islam*, *Jurnal Ekonomi Islam*, hlm. 86

<sup>4</sup> Tipjon Fanji, *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Balai pustaka, 2003) h.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 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.

dengan alasan meneggakkan kemaslahatan manusia dengan memerangi distorsi pasar.<sup>5</sup>

Harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah merupakan harga nilai barang yang dibayar untuk objek yang sama diberikan, pada waktu dan tempat yang konsep diserahkan barang tersebut.<sup>6</sup>

Menurut Ibnu Taimiyyah bahwa hendaklah para penjual dipasar dalam menentukan laba dengan adil dia mempergunakan dengan dua istilah yakni kompensasi yang setara (*iwadh al mitsal*) kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara dan inilah esensi keadilan (nafsh al-adl). Ibnu Taymiyyah melarang para pedagang dan pembeli membuat perjanjian untuk menjual barang pada harga yang telah ditetapkan sebelumnya sehingga dapat memperoleh harga yang lebih rendah, sebuah kasus yang menyerupai monopoli.<sup>7</sup>

Dalam konsep Islam, yang paling prinsip adalah harga yang ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual.

Harga sembako sangat mempengaruhi tingkat penjualan dan minat konsumen Sembilan bahan pokok atau sering disingkat sembako adalah

<sup>5</sup>Hakim Lukman, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Surakarta : Erlangga, 2012) h. 14  
*Ibid.* h. 17

<sup>6</sup>Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta : Rajawali, 2014), h. 7



- 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.

Sembilan jenis kebutuhan pokok masyarakat yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman. Menurut keputusan Menteri Industri dan Perdagangan no 115/ mpp/kep/ 2/1998 tanggal 27 Februari 1998, kesembilan bahan pokok itu adalah beras, sagu dan jagung, gula pasir, sayur-sayuran dan buah-buahan, daging sapi dan ayam, minyak goreng dan margarin, susu, telur, minyak tanah atau gas elpiji, garam beryodium dan bernatrium. Semua masyarakat dari yang tingkat ekonominya rendah sampai tinggi pasti membutuhkan sembako untuk memenuhi kebutuhannya setiap hari.

Oleh karena itu, sembako mempunyai peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Beberapa factor yang mempengaruhi harga sembako diantaranya adalah kebijakan pemerintah pusat dan daerah, kualitas sembako, bencana alam dan hari raya tertentu. Salah satu penyebab naik atau turun nya harga sembako yang terjadi setiap tahun adalah pada waktu peringatan hari raya idul fitri. Hal ini memungkinkan terjadinya perbedaan harga sembako antara satu daerah dengan daerah lain. Dalam konteks yang lebih spesifik yaitu ada kemungkinan perbedaan harga sembako antara satu pasar dengan pasar yang lain. Dalam penelitian ini, penulis meneliti tentang Penetapan Harga Sembako di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

Tabel perkembangan harga sembako kebutuhan pokok dan barang penting lainnya di kota Pekanbaru pada Tahun 2016,2017, dan 2018.

1. Ditaring 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 mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO.	NAMA BARANG	SATUAN	TAHUN			HARGA RATA-RATA
			2016	2017	2018	
3.	<b>Beras</b>					
	Belida	Kg	12.000	13.000	12.540	12.513
	Pandan WANGI	Kg	14.000	13.000	12.540	13.180
3.	<b>Gula Pasir</b>					
	Lokal	Kg	12.000	14.000	13.000	13.000
	Gula merah	Kg	20.000	19.600	20000	19.867
3.	<b>Minyak Goreng</b>					
	Bimoli Spesial	2 L	27.000	26.000	25.000	26.000
	Mitra	2 L	25000	24.000	23.000	24.000
4.	<b>Mentega</b>					
	Blue band	1 Kg	32.000	33.000	31.000	32.000
	Simas	200g	5000	7.000	6.000	6.000
5.	<b>Daging Ayam</b>					
	Ayam Ras	Kg	29.600	29.200	25.200	28.000
	Ayam Kampung	Kg	55.000	54.400	50.000	53.133
6.	<b>Telur</b>					
	Ayam Ras	Butir	1.500	1.400	1.500	1.467
	Ayam Kampung	Butir	2.500	2.400	2.500	2.467
7.	<b>Susu</b>					
	Anlene Actifit Plan	600 g	82.000	81.000	80.000	81.000
	Dancow Full Cream	800 g	76.000	75.000	76.000	75.667
8.	<b>Garam Beryodium</b>					
	Garam Kasar	Pak	14.000	12.000	13.000	13.000
	Garam Halus	Pak	13.000	11.000	12.000	12.000
9.	<b>Tepung Terigu</b>					
	Segitiga Biru	Kg	7.500	8.500	8.000	8.000
	Kencana (piayung)	Kg	7.000	7.500	7.000	7.167

Akan tetapi apabila pedagang sudah menaikkan harga diatas batas kewajaran, mereka itu telah berbuat zalim dan sangat membahayakan umat manusia, maka seorang pengusaha ( pemerintah ) harus campur tangan dalam menangani persoalan tersebut dengan menetapkan harga standar.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Ibid.h.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 masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemasaran adalah salah satu bahagian dari kegiatan Ekonomi Islam didalam pelaksanaannya juga harus didasarkan dan bersumber pada AL-Qur'an, Hadis, Syariah/ Fiqh dan praktek pemasaran Islam dalam sejarah pemikiran Ilmuwan Muslim tentang pemasaran. Dengan demikian nilai-nilai kebenaran yang dianut seseorang akan selalu terpancar dalam praktek pemasaran yang Islami.<sup>9</sup>

Konsep pelayanan dalam Islam hendaklah memberi pelayanan yang sebaik-baiknya kepada para konsumen dengan bersikap ramah, bertutur kata yang baik dan sopan, memperhatikan dengan betul apa yang dihendaki oleh konsumen merasa di puaskan oleh pihak pemasar. Hal ini di tegaskan Allah dalam surat An-nisa ayat 8 yang berbunyi :

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينُ فَأَرْزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَّعْرُوفًا ﴿٨﴾

Artinya: “ dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.

Kepuasan konsumen dalam Ekonomi Islam dikenal dualitas yakni “rasionalitas ekonomis” atau “utilitarianisme”. Dalam memaksimumkan kepuasan konsumen menggunakan kurva idiferensi yaitu kurva yang menjelaskan tingkat kepuasan konsumen atas mengonsumsi dua jenis produk barang, dimana semakin puas seseorang maka semakin tinggi pula kurva idiferensinya.<sup>10</sup>

<sup>9</sup>Ibid.

<sup>10</sup>Fatoni dan Siti Nur, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Bandung : Pustaka Setia, 2014), 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 masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan untuk kepuasan konsumen menurut Islam dalam memaksimalkan masalahnya menggunakan kurva iso-masalahnya (IM). Dalam kepuasan konsumen batasan yang dimiliki seseorang tidak hanya dengan garis anggaran saja tapi juga dengan batasan syariat. batasan syariat dimaksud disini adalah larangan mengkonsumsi barang atau jasa satu hal yang sangat perlu diperhatikan adalah kehalalan dan keharaman benda tersebut agar mencapai masalah yang tinggi dan tidak lupa juga harus didukung dengan anggaran yang memadai.<sup>11</sup>

Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru sebelum menjadi salah satu pasar tradisional Pekanbaru pada awalnya hanyalah berupa pasar lingkungan kecamatan dengan sarana prasarana seadanya, yaitu berupa kios-kios, los dan kaki lima, untuk menampung dan memenuhi kebutuhan masyarakat sekitarnya dan berada dibawah wewenang Kecamatan Tampan. Namun seiring dengan berkembangnya kota pekanbaru, secara otomatis pasar selasa Simpang Baru berkembang pula menjadi besar seperti yang ada pada saat sekarang ini Pasar Selasa Simpang Baru Pekanbaru awalnya dikenal dengan nama pasar selasa panam karena terletak dikelurahan simpang baru, namun seiring waktu berjalan pasar ini dikenal dengan nama pasar selasa simpang baru semakin ramai dikunjungi masyarakat, akan tetapi pasar ini lebih ramai dikunjungi pada hari selasa ketimbang hari-hari biasa lainnya sehingga masyarakat menyebutnya atau lebih dikenal dengan pasar selasa simpang baru. Pada tahun 2000 terjadi pemekaran kelurahan Tuah

<sup>11</sup>Han dan Handoko, *Daya Penggerak Tingkah Laku*, ( Yogyakarta: Kanisius, 2001.),h.19



- 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 mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Karya Karen Pasar Selasa tersebut terletak diKelurahan Tuah Karya hingga saat ini.

Pasar selasa simpang baru pekanbaru didirikan atas tanah milik pemerintah daerah Kota Pekanbaru. Pada saat sekarang ini pasar selasa panam memiliki 258 kios, 83 tutup dan 175 kios buka, pedagang kaki lima berjumlah 95 yang menjual berbagai macam kebutuhan masyarakat seperti, pakaian, sepatu, barang harian, sayuran, ikan dan sebagainya.

Tabel. Jumlah Kios, Los dan Kaki Lima Pasar Selasa Simpang Baru 2019

KETERANGAN	JUMLAH	TUTUP	BUKA
KIOS	258	83	175
LOS	91	20	71
K.5	95	10	85

Pekanbaru, 20-09-2019

Sistem pengelolaan pasar selasa simpang baru Pekanbaru pada umumnya dikelola langsung oleh dinas pasar dimulai sejak adanya Dinas Pasar Tingkat II Pekanbaru, yaitu berdasarkan Surat keputusan wali Kota KDH Tingkat II Pekanbaru No. SK. 130.30/HOT -35/1982 tanggal 13 september 1982. Akan tetapi sejak Peraturan Daerah ( PERDA) No. 15 tahun 1983 pasar selasa Panam Pekanbaru dikelola langsung oleh dinas Pasar.

Adapun peraturan daerah yang dikeluarkan oleh Wali Kota Pekanbaru diantaranya ialah:

1. Peraturan daerah ( PERDA) No. 04 Tahun 2000. Tentang Retribusi Kebersihan.
2. Peraturan Daerah ( PERDA) No.06 tahun 2000 Tentang Retribusi Pasar.
3. Peraturan Daerah ( PERDA) No. 05 Tahun 2001,Tentang Ketertiban Umum.



- 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Peraturan Daerah ( PERDA) No. 11 Tahun 2001 Tentang K-5<sup>12</sup>

Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru merupakan salah satu pasar yang ada di kota Pekanbaru, tepatnya di Jl. H.R Soebrantas. Penetapan harga di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru belum berjalan sesuai aturan, karena ada sebagian penjual menetapkan harga lebih tinggi dan ada juga yang lebih rendah. Maka berdasarkan uraian diatas dijelaskan sebelumnya penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam suatu penelitian yang berjudul **“Analisis Penetapan Harga Sembako dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan kota Pekanbaru Ditinjau dari Ekonomi Islam.**

#### B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipermasalahkan maka penulis memberi batasan permasalahan ini pada Analisis penetapan harga sembako dalam meningkatkan kepuasan pembeli di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau dari Ekonomi Islam.

#### C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Penetapan Harga Sembako Dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli di pasar selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?

<sup>12</sup> Peraturan Walikota Pekanbaru, *Rincian Tugas Fungsi dan Tata Kerja Dinas-dinas Dilingkungan PEMKO*, Pekanbaru. No. 17, 2008,h.38



- 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. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Sembako Dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli diPasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui Penetapan Harga Sembako Dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli dipasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru
- b. Untuk Mengetahui Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan harga Sembako Dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli Dipasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis terhadap permasalahan yang diteliti.
- b. Sebagai salah satu infomasi bagi kita untuk mengetahui tentang penetapan harga yang ada dipasar
- c. Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan pada program SI pada fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan Ekonomi Syari'ah pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini adalah pedagang dan pembeli yang berlokasi diPasar Selasa Panam Pekanbaru. Pemilihan lokasi penelitian ini karena mudah dijangkau penulis.



## 2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian ini adalah pedagang dan pembeli di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.
- b. Objek Penelitian Analisis Penetapan Harga Sembako Dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli dipasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

## 3. Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pembeli yang berjumlah tidak tetap maka diambil sampel dengan kuota 97 orang dengan adanya sampel maka diharapkan populasi dapat menunjukkan dan menggambarkan karakteristik sifat populasi. karena jumlah populasi masih dalam ukuran perkiraan dengan jumlah yang tak pasti, maka peneliti menggunakan penentuan populasi dengan rumus, jika digunakan untuk mengestimasi  $\mu$  kita dapat  $(1 - \alpha)\%$  yakin bahwa error tidak melebihi nilai  $e$  tertentu apabila ukuran sampelnya sebesar  $n$ , dimana apabila nilai  $\sigma$  tidak diketahui, kita dapat menggunakan  $s$  dari sampel sebelumnya ( $n \geq 30$ ) yang memberikan estimasi terhadap  $\sigma$ , maka standar deviasi populasinya adalah 0,25. Apabila peneliti ingin menggunakan tingkat presisi 5%, dan tingkat kepercayaannya 95%, dan error estimasi  $\mu$  kurang dari 0,05. Karena  $\alpha = 0,05$  maka  $Z_{0,05} = 1,96$ . Dalam pengambilan sampel, rumus sebagai berikut:<sup>13</sup>

$$n = \left\{ \frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{e} \right\}^2$$

<sup>13</sup> Wibisono, *Metode Statistik*, (yogyakarta:Gadjah Mada University Press, 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 mengumunkan 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.

$$n = \left\{ \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right\}^2 = 96,04 \text{ dibulatkan } 97$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- Z $\alpha$  = nilai tabel Z = 0,05
- $\sigma$  = standar deviasi populasi
- e = tingkat kesalahan

Dengan demikian peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel 96,04 atau 97.

#### 4. Sumber Data

##### a. Data Primer

Data primer yaitu informasi yang secara langsung diambil dari sumber asli. Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data pedagang di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

##### b. Data Sekunder

Data sekunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku-buku Ekonomi Islam dan juga buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Dokumentasi yaitu mengumpulkan data dari dokumen-dokumen Laporan Keuangan pada Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota 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.

- Hak cipta milik UIN Suska Riau**
- b. Observasi, yaitu pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek yang diteliti, tujuannya adalah untuk lebih mengetahui keadaan sesungguhnya yang terjadi dilapangan.
  - c. Wawancara, Yaitu dengan melakukan wawancara langsung dengan pedagang bagian Analisis Penetapan Harga Sembako Dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli Di pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.
  - d. Angket, Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh Responden.

## 6. Teknis Analisis Data

Metode Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode analisis deskriptif kualitatif adalah metode analisis dengan menggunakan pengumpulan data secara sistematis, menganalisis serta menginterpretasikan data tersebut sehingga memperoleh gambaran dan informasi mengenai masalah tersebut.

## F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih jelas dan mudah di pahami pembahasan dalam penelitian ini, penulis akan memaparkan dalam sistematika sebagai berikut.

## BAB I : PENDAHULUAN

Memaparkan pendahuluan yang mengandung latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian sistematik penulisan.





- 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 II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab ini menyajikan sejarah Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, Visi dan Misi dan Struktur Organisasi.

## **BAB III : TINJAUAN TEORITIS**

Bab ini membahas tentang Penetapan Harga Terdiri dari Pengertian Harga, Sembako, Tujuan, Fungsi, Peran, Mekanisme, dan penetapan harga Sembako dalam Ekonomi Islam.

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

Bab ini membahas tentang harga secara umum, konsep harga indikator harga strategi penetapan harga tujuan penetapan harga penetapan harga menurut ekonomi islam dan pasar.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan bab yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

- 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 mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM LOKASI

#### A Sejarah dan Perkembangan Pasar Selasa Simpang Baru

Pasar Selasa Simpang Baru merupakan salah satu pasar yang berada di Kecamatan Tampan tepatnya di jalan HR.Subrantas/ jalan Pekanbaru–Bangkinang yang masuk dalam wilayah Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tampan milik pribadi kemudian diserahkan pengelolaannya kepada Pemerintah Kota Pekanbaru. Pasar ini sudah ada sejak dahulu ketika wilayah tersebut masih masuk Kabupaten Kampar. Dalam perkembangannya setelah masuk wilayah Kota Pekanbaru pasar ini dibangun pemerintah kota pekanbaru tahun 2000 menjadi pasar yang lebih baik lagi oleh masyarakat dan Pemerintah Kota Pekanbaru.

Pasar Selasa Simpang Baru telah di kelolah oleh pemerintah Kota Pekanbaru, pada saat sekarang ini Pasar Selasa Simpang Baru memiliki 106 Loko 48 Kios dan 100 pedagang kaki lima dan pada saat hari selasa pedagang kaki lima mencapai 600 pedagang yang terdiri dari bermacam-macam pedangan seperti, pedagang barang pecah belah, pedagang pakaian, sepatu, barang harian makan/minuman, ikan air tawar, ayam potong, sayuran dan semua jenis barang yang umumnya ada di pasar tradisonal. Kekhususan Pasar Selasa Panam adalah adanya kegiatan pasar hanya pada hari Selasa minggu didatangi oleh pedagang dari luar Kota Pekanbaru terutama pedagang dari Kabupaten tetangga seperti Kabupaten Kampar.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Sumber data dari Nurjani Kepala UPTD Pasar Selasa, tanggal 07 April 2015 Kelurahan Simpang Tiga Baru Kecamatan Tampan.



## B. Letak Geografis dan Demografis Pasar Selasa Simpang Baru

### 1. Letak Geografis

Pasar Selasa Simpang Baru berada di Kelurahan Tuah Karya merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Tampan. Kelurahan Tuah Karya ini memiliki luas wilayah 23,59 km serta 4568 Kepala Keluarga (KK) dengan warga 43.808 jiwa. Terdiri dari 21.326 laki-laki dan 22.482 perempuan. Luas Tanahnya kurang lebih 140M2. Pasar Selasa Panam juga termasuk pada pasar kelas B.

### 2. Demografis

Pasar Selasa simpang Baru adalah pasar tradisional yang menjual bermacam-macam kebutuhan seperti sayur-mayur, barang klontong, pakaian dan kebutuhan sehari-hari.

## C. Visi, Misi dan Motto Pasar Selasa Simpang Baru

1. Visi “Terwujudnya pasar tradisional menjadi pasar modern”
2. Misi “Menciptakan pasar yang bersih dan marwa”
3. Motto Pasar Simpang Baru “Pelayanan Cepat Dan Tepat”<sup>15</sup>

## D. Struktur Organisasi

Sebagai pengelola pasar, kepala UPTD mempunyai tugas mengawasi dan mengkoordinir pelaksanaan redistribusi pasar dalam wilayah wewenang, selanjutnya menyampaikan laporan periodik tentang pemasukan keuangan dan bertanggung jawab atas ketertiban, keamanan dan keindahan pasar. Sesuai

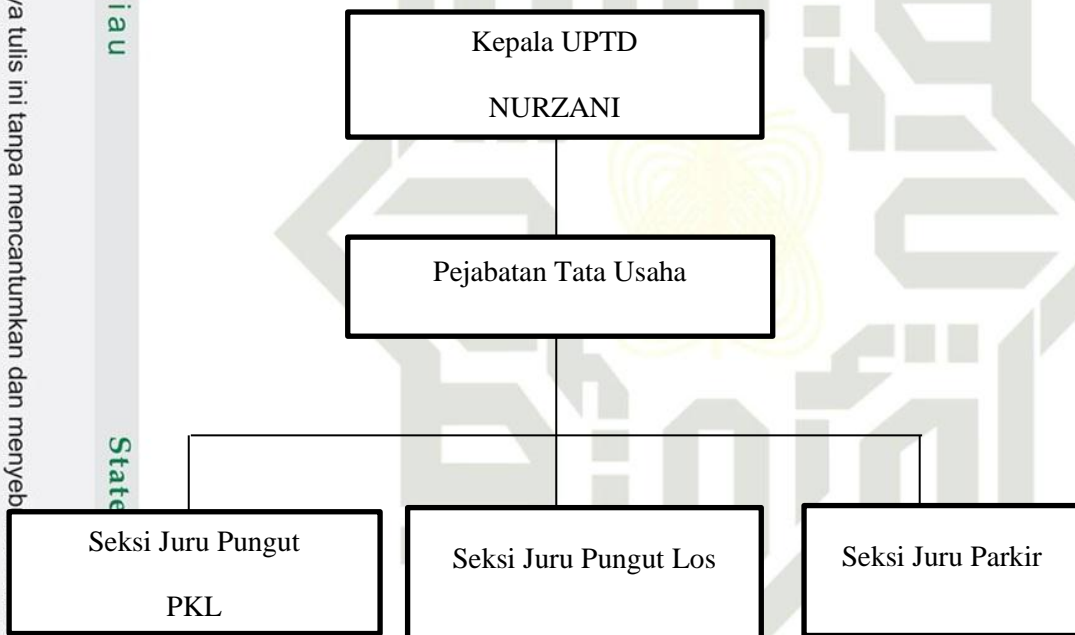
<sup>15</sup> Ibid



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
  2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan fungsinya, yaitu bertanggung jawab atas keamanan, ketertiban dan keindahan pasar, maka kantor UPTD tidak berada dilingkungan kantor dinas pasar melainkan berada ditengah-tengah pasar. Begitu pula UPTD pasar simpang baru itu sendiri, selain letaknya yang cukup strategis juga dimaksudkan untuk memudahkan memantau keadaan sekeliling pasar ,untuk menjalankan tugas dan fungsinya UPTD Pasar Simpang Baru membuat struktur kepengurusan UPT

Adapun bagian UPTD Pasar Simpang Baru dapat dilihat berikut ini:



Sumber: Kantor UPTD Pasar Simpang Baru /Pasar Selasa Panam

#### E. Status Pedagang Pasar selasa Panam

Pasar Selasa Panam merupakan pasar yang dalam kegiatannya berlangsung setiap hari, yang dipenuhi berbagai pedagang dari berbagai tempat, tidak hanya itu pasar selasa dikenal masyarakat karena kegiatan pasar yang sangat ramai dan memuncaknya pedagang dan pembeli hanya pada hari



- 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selasa, dimana hampir semua barang kebutuhan sehari-hari ada diperdagangkan. Dan pada hari selasa berdatangan berbagai pedagang dari luar Kota Pekanbaru terutama pedagang dari Kabupaten tetangga seperti Kabupaten Kampar dan pembeli dari berbagai daerah. Dapat diketahui status pedagang pasar selasa terdapat dua jenis pedagang, yaitu pedagang tetap dan pedagang pekanan/ setiap hari selasa. Pedagang yang berjualan dipasar selasa pada umumnya hanya bermata pencarian sebagai pedagang, yang selalu berpindah-pindah setiap musiman<sup>16</sup>

#### F. Jenis-Jenis Pedagang Pasar Selasa Simpang Baru

Pasar selasa yang merupakan ikon pasar tradisional di Pekanbaru selalu dipenuhi berbagai jenis pedagang yang datang dari berbagai daerah di pekanbaru, Seperti Tapung, Kampar, Kubang, dan pedagang musiman yang biasa berdagang di pasar arengka, pasar purwodadi dan pedagang pasar kaget dan pedagang yang memang tinggal di area pasar selasa dan daerah Garuda sakti Panam.<sup>17</sup> Dapat dilihat dari banyaknya jumlah pedagang pada setiap hari selasa yang datang khusus untuk berdagang dipasar selasa. Banyaknya jumlah pedagang yang berjualan berbagai jenis kebutuhan sehari-hari juga mempunyai poin tersendiri yang membuat ketertarikan pada pembeli yang datang dari berbagai daerah yang memang bertujuan berbelanja dipasar selasa. Para konsumen/pembeli merasa barang yang diperdagangkan di pasar selasa Simpang Baru cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, baik

<sup>16</sup> Wawancara *Kalila satu Pedagang-Pedagang Pakaian*, ( pasar selasa:14 april 2019), pukul 14:30

<sup>17</sup> Wawancara, *Pedagang Barang Desi, Pecah Belah* , ( Pasar Selasa : 14 april 2019),



dari kebutuhan rumah tangga, sayur-sayuran, dan jenis-jenis makanan, semua tersedia ada diperdagangkan oleh pedagang dengan harga yang terjangkau.

Pasar Selasa yang mempunyai letak strategis dapat dilihat dari aktifitas jual belinya melimpah ruah setiap hari Selasa ini tidak bisa tertampung didalam pasar, baik itu untuk penjual maupun pembeli. Sehingga banyak pedagang yang menjajakan dagangannya di pinggir jalan masuk, bahkan bahu jalan HR Soebrantas yang merupakan akses jalan kendaraan juga terkena imbasnya dari barang dagangan penjual. Keadaan yang sudah terjadi bertahun ini terlihat tidak berubah, bahkan semakin bertambah semberautnya dan dikeluhkan masyarakat sebagai penggunaanya. Seperti dikeluhkan Rahmat, pedagang kelontongan yang sudah 10 tahun terakhir berjualan di pasar ini. "Hari Selasa memang hari pasar disini, makanya pedagangnya juga melimpah bahkan sampai kebahu-bahu jalan, tapi hari-hari biasa tidak seramai ini."<sup>18</sup>

Adapun jenis-jenis pedagang yang selalu ada di pasar Selasa yaitu diantaranya:

1. Pedagang Pakaian, yaitu pedagang yang menjual berbagai jenis pakaian jadi dan tidak hanya pakaian baru saja yang diperdagangkan, melainkan juga memperdagangkan pakaian bekas.
2. Pedagang Barang Pecah Belah, yaitu pedagang yang menjual berbagai jenis barang-barang rumah tangga, seperti, gelas, kuali, piring, sendok, dan lainnya.
3. Pedagang buah-buahan

<sup>18</sup> Wawancara, Rahmat pedagang Kelontong, ( Pasar Selasa: 14 April 2019).



4. Pedagang ikan
  5. Pedagang sepatu
  6. Pedagang sayuran
  7. Pedagang ayam
  8. Pedagang emas
  9. Pedagang sembako
  10. Pedagang rempah-rempah
  11. Dan berbagai jenis pedagang lainnya<sup>19</sup>
- 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.

## A. Harga Secara Umum

### 1. Pengertian harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa.<sup>20</sup>

Menurut Wiliam J. Stanton Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Menurut Jerome Mc Carthy Harga ( price) adalah apa yang dibebankan untuk sesuatu. Penetapan Harga ( pricing) penetapan harga merupakan sebuah bagian yang penting dan kompleks dalam manajemen pemasaran.<sup>21</sup>

Menurut Philip Kotler harga adalah sejumlah sejumlah nilai atau yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut<sup>22</sup>. Dimasa lalu harga telah menjadi

<sup>20</sup> Marios P. Anipora, SE *Dasar-Dasar Pemasaran* ( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2002), cet ke-2 hlm.268.

<sup>21</sup> Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya Efendi, prinsip-prinsip pemasaran, (Yogyakarta: Perpustakaan Nasional 2015). Hlm.127-128.

<sup>22</sup> Philip Kotler, Gary Amstrong *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga 2001) jilid 1 Cet Ke-8 h. 439





#### 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

faktor penting mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini masih berlaku dalam Negara-negara miskin, namun faktor non harga telah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa ini. Dalam arti yang paling sempit harga atau (*price*) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa.

Di satu pihak penetapan harga adalah sebuah elemen strategis yang sangat kritis, penting dalam bauran pemasaran karena menjelaskan persepsi mengenai kualitas, dengan demikian merupakan contributor penting dalam memosisikan produk. Pengertian sesuatu yang dikemukakan tersebut memiliki makna yang luas karena harga dapat dilihat dari dua pihak yaitu pihak para anggota saluran dan pihak konsumen. Menurut para anggota saluran harga dikatakan sama dengan masalah harga sebenarnya merupakan salah satu dari 4 (empat) variable utama yang harus dikendalikan secara serasi, selaras dengantujuan yang akan dicapai oleh manajer pemasaran

Arti dan pentingnya harga Walaupun banyak hal yang dapat dihubungkan dengan penetapan harga, tetapi semuanya berawal dari hal-hal yang sederhana yang tidak dipahami oleh kita. Maksudnya bahwa kita sebenarnya belum memahami makna kata harga, walaupun konsepnya cukup mudah didefenisikan dengan istilah umum. Di lain Pihak, penetapan harga merupakan sebuah variabel taktis karena dapat diubah dengan cepat dalam kaitannya dengan persaingan.

Perubahan harga dapat dilakukan secara lebih cepat daripada variabel- variabel lain, sebuah karakteristik yang menambahkan nilai taktisnya secara substansial.



#### 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 mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Para pesaing dapat juga melakukan perubahan harga dengan cepat dengan memaksa perusahaan mengambil putusan yang cepat mengenal hal yang harus dilakukan untuk menanggapi. Frekuensi dan tekanan yang keras, di dalam keadaan putusan harga harus dilakukan sebagai reaksi terhadap harga yang ditetapkan oleh pesaing, menyebabkan pamaran merasakan bahwa persaingan dalam penetapan harga dan persaingan harga sebagai salah satu variabel bauran pemasaran lainnya yang paling menekan yang harus dihadapinya.

Harga dapat dipengaruhi banyak faktor dan dapat ditetapkan dengan berbagai cara. Defenisi harga Kotler dan Amstrong (2011), mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa.

Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Secara historis, harga menjadi faktor utama yang memengaruhi pilihan seorang pembeli. Meskipun demikian, harga masih merupakan salah satu elemen terpenting yang menentukan pangsa pasar dan tingkat keuntungan perusahaan.

Penetapan Harga Penetrasi Pasar (*Market Penetration Pricing*) penetapan harga penetrasi kebalikan dari harga skimming. Penetapan harga berdasarkan penetrasi berarti meminta harga relative rendah untuk sebuah produk supaya dapat menguasai pasar massal. Harga yang murah



- 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimaksudkan untuk mendapat pangsa pasar yang tinggi dari produk yang dijualnya, sehingga biaya per unit dari produk tersebut dapat lebih rendah. Harga penetrasi bukan berarti keuntungan per unit yang rendah. Oleh karena itu, supaya dapat mencapai titik imbas (*break ever point*) volume penjualan harus lebih tinggi daripada bila strategi harga *skimming* yang digunakan. Jika pencapaian volume penjualan berjalan lama, pengembalian dari biaya pengembangan produk juga akan berlangsung lama. Oleh karena itu, mereka yang menggunakan strategi penetrasi harga pada dasarnya tidak menyukai persaingan.<sup>23</sup>

Faktor- faktor yang mempengaruhi penetapan harga Beberapa aturan dari Strategi Penetapan Harga Di amerika Serikat dan beberapa Negara maju lainnya, pemerintah turut serta menentukan kebijakan penetapan harga produk yang dijual, khususnya hal yang tidak diperkenankan dalam menentukan strategi harga yang disebut praktik tidak jujur dalam perdagangannya (*unfair trade practices*). Misalnya, pada dasarnya tidak diperkenankan menjual barang dibawah harga produksi, terutama bertujuan untuk mengusir pesaing dari pasar. Dibawah ini disajikan beberapa larangan tersebut. Diskriminasi harga terjadi jika perusahaan menetapkan harga berbeda-beda pula. Diskriminasi dapat juga terjadi jika harga jual produk dibedakan ditempat atau daerah tetentu untuk menjatuhkan pesaing atau jika produsen menggunakan dua jasa tambahan untuk dua orang yang berbeda. Strategi penetapan harga berdasarkan

<sup>23</sup> Ibid., hlm 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 masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

persepsi pelanggan mengenai nilai Kotler dan Amstrong (2011), mengemukakan bahwa strategi penetapan harga berdasarkan persepsi pelanggan mengenai nilai dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu penetapan harga berdasarkan nilai konsumen dan penetapan harga berdasarkan biaya.

Kebijakan penetapan harga dan struktur harga dalam pedoman yang ditentukan oleh sasaran penetapan harga sebuah perusahaan harus mengembangkan kebijakan harga (*pricing policy*), yang merupakan pendekatan terhadap penetapan harga untuk jangka panjang. Penetapan harga saat keadaan ekonomi sulit Mr Danil dan Hair (2008) menjelaskan beberapa masalah penting pemasaran selama keadaan inflasi dan resesi perusahaan yang tidak menyesuaikan dengan tren ekonomi tersebut akan kehilangan kesempatan yang mungkin tidak pernah dapat dipertahankan lagi.

Harga adalah jumlah kompetisi (uang maupun barang, kalau mungkin) yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Pada saat ini, bagi sebagian masyarakat, harga masih menduduki tempat teratas sebagai penentuan dalam keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa. Karena itu penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen perusahaan. Jika harga ditetapkan terlalu tinggi, secara umum akan kurang menguntungkan, karena pembeli dan volume penjualan berkurang.<sup>24</sup>

<sup>24</sup> M. Fuad dkk, *Pengantar Bisnis* ( Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama ,2000), h 129.



#### 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Harga merupakan variabel yang sangat penting strategis dan penting bagi pengecer, karena mempengaruhi jumlah penjualan dan beberapa banyak uang yang akan diperoleh. Harga di terapkan agar mampu memberikan tingkat profit yang menguntungkan bagi perusahaan sekaligus kepuasan bagi konsumen. Berdasarkan defenisi, harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk barang/ jasa. Dapat juga dikatakan bahwa harga adalah jumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk manfaat memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Bagi konsumen, harga merupakan salah satu factor yang mempengaruhi pemilihan pembelian. Bagi pengecer, harga merupakan salah satu elemen ritel yang menghasilkan pendapat dan mewakili besarnya biaya.

Selain itu harga merupakan salah satu elemen yang fleksibel, karena dapat di ubahdengan cepat pada waktu yang sama. Penetapan harga persaingan harga merupakan masalah nomor satu yang harus dihadapi oleh pengecer, penyebabnya adalah harga dibuat terlalu berorientasi pada biaya harga tidak cukup mencerminkan pasar, harga tidak memasukkan seluruh kombinasi riel dalam perhitungannya. dan harga tidak cukup bervariasi untuk segmen pasar dan peristiwa pembelian yang ada.<sup>25</sup>

## 2. Konsep Harga

Ekonomi Islam memiliki konsep harga bahwa suatu pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara normal pasar tidak membutuhkan suatu intervensi

<sup>25</sup> Maharani vinci *Manajemen Bianis Eceran* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009). 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 masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari pihak manapun tidak terkecuali Negara dengan otoritas penentuan harga dengan kegiatan monopolistik atau yang lainnya. Persaingan bebas dalam hal ini adalah bahwa umat Islam menentukan sendiri tentang apa yang harus dikonsumsi dan produksi serta dibebaskan untuk memilih sendiri apa-apa yang dibutuhkan dan bagaimana cara memenuhinya. Imam al-Ghazali berpendapat bahwa persaingan bebas ini sebagai sebagai ketentuan alami atau pola pasar normal. Mekanisme pasar pada intinya adalah mekanisme harga, turun dan naiknya harga sebagai akibat dari suatu dinamika permintaan (*supply*) dan penawaran (*demand*) dari pihak-pihak terkait.

Teori permintaan menerangkan karakter dan sifat permintaan pembeli terhadap suatu barang dan jasa. Sedangkan teori penawaran menjelaskan karakter penjual dan menarkan barang dan jasa yang akan diperjual belikan. Kedua aktifitas permintaan dan penawaran dalam menentukan harga keseimbangan atau harga pasar dan jumlah barang yang dijual, akan memunculkan suatu realitas apakah yang terjadi pasar bebas atau distorsi pasar.

Ilmu Ekonomi konvensional menjelaskan hukum permintaan adalah merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah suatu harga barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang, maka akan semakin sedikit terhadap barang tersebut. Sebagai contoh bila harga beras melambung tinggi atau mahal, maka akan semakin banyak orang untuk mengurangi konsumsi beras dengan cara mengkonsumsi ubi jalar 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jagung sebagai pengganti makanan pokok beras yang harganya semakin tidak terjangkau.

Dalam defenisi diatas memberi indikasi bahwa tiap perusahaan harus mampu berkompetensi menciptakan barang atau jasa sesuai permintaan atau harapan konsumen. Salah satu penetapan harga yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah:

### 3. Indikator Harga

#### a. Penetapan Harga yang Berorientasi pada Permintaan

Harga ini digunakan oleh pengecer uang menetapkan targetnya dalam bentuk penjualan atau pangsa pasar. Penetapan harga ini mengentimasi kualitas yang akan diminati konsumen dalam berbagai tingkat harga yang akan diminati konsumen dalam berbagai tingkat harga dan berkonsentrasi pada harga yang telah ditetapkan.

##### 1) Asosiasi Harga- Kualitas

Yaitu konsep yang menyatakan banyak bahwa banyak konsumen percaya bahwa harga tinggi, harga rendah berkonotasi dengan kualitas yang rendah.

##### 2) Penetapan harga istimewa (*prestise*) Diasumsikan konsumen tidak akan beli barang dan jasa pada harga yang dianggap rendah. Konsumen menganggap harga yang rendah berarti kualitas dan statusnya juga rendah.

##### 3) Penetapan harga yang berorientasi pada biaya

*Mark up Pricing* merupakan metode yang biasanya digunakan para pedagang yang usahanya membeli dan menjual



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.

kembali barang tersebut setelah terlebih dahulu ditambah biaya-biaya. Penetapan harga ini paling sering digunakan pengecer menentukan harga dengan menambahkan harga prunit, biaya operasional dan profit yang di inginkan.

- 4) Penetapan harga yang berorientasi pada persaingan Pengecer menggunakan harga pesaing sebagai pertimbangan, bukan faktor permintaan atau biaya. Perusahaan tidak akan mengubah harganya jika terjadi perubahan pada permintaan atau biaya, kecuali pesaing mengubah harganya.<sup>26</sup>

Dalam hal ini yang menjadi faktor utama kebutuhan masyarakat dilihat dari Sembilan bahan pokok ( sembako). Sembako merupakan kebutuhan pokok utama sehari-hari yang wajib di jual dipasar. Pengkategorian produk-produk yang termasuk sembako menjadi penting sebab pemerintah harus menjamin keberadaan dari produk-produk tersebut dan bertanggung jawab untuk tidak membiarkan stok barang dan harganya menjadi mekanisme pasar.

Permintaan barang-barang bersifat inelastis artinya permintaan terhadap barang kebutuhan yang tidak ada gantinya sekalipun harga naik pasti konsumen akan tetap membelinya. Perubahan harga sembako tidak akan banyak mempengaruhi tingkat permintaan produk oleh konsumen selama tidak terlalu signifikan. Jika harga Sembilan bahan pokok tersebut naik secara signifikan maka sebagian konsumen akan beralih ke produk serupa pengganti (substitusi).<sup>27</sup>

<sup>26</sup> Ibid., hlm. 142. 152.

<sup>27</sup> Haddy Suprpto *Deskripsi Keputusan Membeli Sembako Dipasar Selasa survei Pelanggan di Kota 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Istilah sembako yang mengacu pada Sembilan bahan pokok pasti sudah akrab di telinga. Barang-barang termasuk dalam sembako ternyata jelas sekali tercantum dalam keputusan menteri industri dan perdagangan no.115/mpp/kep/2/1998 tanggal 27 february 1998.

Kesembilan bahan pokok itu adalah:

- 1) Beras
- 2) Gula pasir
- 3) Minyak goreng dan mentega
- 4) Daging sapi ayam
- 5) Telur ayam
- 6) Susu jagung
- 7) Minyak tanah
- 8) Garam beryodium

#### 4. Strategi penetapan harga

Harga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran dan harus senantiasa dilihat dalam hubungannya dengan strategi pemasaran. Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lainnya dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas dari setiap elemen dan keseluruhan elemen. Oleh karena itu tidaklah benar bila harga dipandang sebagai elemen mandiri dari bauran pemasaran, karena harga itu sendiri adalah elemen sentral dalam bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapat bagi perusahaan.

8. Mustafa Edwin dkk, *Pengenalan Eksekutif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana 2007).

State Islamic University of Sunan Gunung Djati  
© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 5. Tujuan Penetapan Harga

Pada dasarnya ada 5 tujuan dari sebuah proses penetapan harga yaitu:

- a. Berorientasi laba yaitu bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang paling tinggi.
- b. Berorientasi pada volume yaitu penetapan harga berorientasi pada volume tertentu.
- c. Berorientasi pada citra (*image*) yaitu bahwa image perusahaan dapat dibentuk melalui harga.
- d. Stabilitas harga yaitu penetapan harga yang bertujuan untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga perusahaan dengan harga pemimpin pasar (*market leader*)
- e. Tujuan lainnya yaitu menetapkan harga dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas konsumen. Mendukung penjualan atau menghindari campur tangan pemerintah.

## 6. Penetapan Harga Menurut Ekonomi Islam

Alat tukar (uang) sangat penting untuk menentukan suatu harga yang setara dalam jual beli. Jika harga itu sama nilainya dengan barang yang akan dibeli konsumen dan nilai barang itu seharga dengan alat tukar yang diberikan konsumen kemudian dilanjutkan dengan serah terima atau ijab qabul yang sah disertai saling ridha meridhai, maka terjadilah keadilan harga dalam jual beli.<sup>28</sup> Sesuai dengan firman Allah dalam Al – Quran : surat annisa (4): 29,

<sup>28</sup>Irsad.Z, *Marketing Mix Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*, Di unduh pada Tanggal 23 Februari 2016.



- 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 mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian diantara kalian dengancara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha, Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian sesungguhnya Allah itu maha Kasih Sayang kepada kalian ( surat An-Nisa)*

Oleh sebab itu harga adalah instrument penting dalam jual beli, ketika harga yang ditawarkan itu wajar da sesuai dengan mekanisme pasar serta aturan yang berlaku maka akan terjadi keadilan harga. Namun, jika harga itu ditetapkan dengan cara batil yang dimasuki unsur unsur mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, maka akan terjadi adalah ketidakadilan harga.<sup>29</sup>

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

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ

<sup>29</sup>Yusuf Al- Qardawi, *Norma dan Etika Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gemma Isnani, 1997), h.257



- Hak Cipta** Jilid 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya: *hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa-sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman (Al-baqarah:278)*

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

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

Menurut Ibn Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi: “Penetapan harga mempunyai dua bentuk yaitu ada yang boleh dan ada yang haram, yang haram adalah Tas’ir dan yang boleh adalah harga yang adil,”<sup>30</sup> Ibn Taimiyah menganggap harga yang setara adalah harga yang adil, ia juga menjelaskan bahwa harga yang setara adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas yakni pertemuan antara permintaan dan penawaran.

<sup>30</sup>Adiwarman karim, *Ekonomi Mikro Islam*, ( Jakarta:Penerbit III T Indonesi, 2003),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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Harga dalam pandangan Islam pertama kali terlihat dalam hadits yang menceritakan bahwa ada sahabat yang mengusulkan kepada Nabi untuk menetapkan harga dipasar Rasulullah menolak tawaran itu dan mengatakan bahwa harga pasar tidak boleh ditetapkan karena Allah-lah menentukannya, sungguh menajubkan teteori Nabi tentang harga dan pasar.<sup>31</sup>

Karena inti dari ucapan Nabi SAW itu mengandung pengertian bahwa harga pasar itu sesuai dengan kehendak Allah SWT. Menurut pakar Ekonomi Kontenporer teori inilah yang didopsi oleh bapak Ekonomi Adam Smith dengan nama teori *invisible hands*, menurut teori ini pasar-pasar akan di atur oleh tangan-tangan yang tidak kelihatan, oleh karena itu harga disebut berdasarkan dengan teori permintaan dan penawaran.

Pada masa Khulafah Rasyidin para Khalifah pernah melakukan intervensi pasar baik pada sisi penawaran maupun permintaan Intervensi pasar baik pada sisi penawaran maupun permintaan Intervensi ini dilakukan dari sisi permintaan adalah mengatur jumlah barang yang ditawarkan seperti yang dilakukan oleh Khalifah Umar Ibn Al-khatab ketika mengimpor gandum dari mesir untuk mengendalikan harga gandum di Madinah. Sedangkan intervensi disisi permintaan dilakukan dengan menanam sikap sederhana dan menjauhkan dari sifat konsumerisme Intervensi juga dilakukan dengan pengawasan pasar (hisbah) dalam pengawasan pasar Rasulullah menunjuk Said Ibn Zaid Ibn Al-Ash sebagai kepala pusat pasar di Mekah.<sup>32</sup>

<sup>31</sup> Ibid., hlm 131

<sup>32</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonosia 2004) Cet 1, h,32



#### 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.

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

Faktor yang mempengaruhi permintaan serta konsekuensinya terhadap harga:

- a. Keinginan masyarakat
- b. Jumlah para peminat
- c. Lemah atau kuatnya kebutuhan suatu barang
- d. Kualiatas pembeli
- e. Jenis orang yang ditetapkan dalam transaksi
- f. Besar kecilnya biaya yang harus dikeluarkan pembeli<sup>34</sup>

Dalam hadits terdapat larangan penipuan yaitu memerah susu ditetek hewan ternak tidak diperah ketika ingin dijual sampai air susunya

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

<sup>34</sup> *Ibit*, h. 332-333



#### 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.

terkumpul, biasanya sipembeli mengira itu sebagai kebiasaan hewan ternak itu sendiri lalu ia membelinya dengan harga sebenarnya yang tidak layak untuknya disini penjual telah menipu dan menzaliminya.

Akad jual beli sahnya berdasarkan sabda Nabi” Apabila ia meridhoinya maka ia boleh menahannya (mengambilnya) apabila ia menahannya tetap dengan harga semula ketika akad akad dan apabila ia dikembalikan maka hendaklah dia mengembalikannya dengan satu sha’ kurma sebagai konpensasi dari susu yang telah dibeli yang ada dalam teteknya apabila seseorang pembeli telah memerahnya, adapun susu yang baru diperah maka ia tidak dikembalikan sama sekali karena hak mendapatkan hasil disebabkan oleh keharusan menanggung kerugian Masa Khiyar seseorang pembeli untuk mengembalikan atau menahan dalam tiga hari sejak pengikatan susu yang diketahui.

Adapun bagi sipenjual, maka akad tetap disisinya karna tidak ditemukan suatu yang merusak akad dirinya, sesuatu yang mewajibkan mengembalikannya<sup>35</sup> Muhammad benar-benar mengikuti prinsip-prinsip perdagangan yang adil dalam transaksi-transaksinya, selain itu ia juga menasehati para sahabatnya untuk untuk melakukan hal serupa. Ketika berkuasa dan menjadi kepala Negara di madinah, ia telah mengkikis habis transaksi-transaksi dagang dari segala macam bentuk perdagangan yang mengandung unsur penipuan, riba, judi, ketidak pastian, keraguan dan eksploitasi pengambilan untung yang berlebihan dari pasar gelap. Ia juga

<sup>35</sup> Abu Muhammad Hamid, bin Muhammad bin Ahmad Al-Ghazali Al-Tussi, 1992. *Ihya Ulumudin*, Cet 4, Semarang: CV. Asy – Syifa



- 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan standarisasi timbangan dan ukuran lainyang kurang dapat dijadikan pengangan.<sup>36</sup>

Islam menetapkan semua perdagangan sebagai hal yang haram jika keuntungan individu dilindungi atau mendatangkan kerugian dan penderitaan pada beberapa orang lainnya atau masyarakat secara keseluruhan, penyuaipan, pencurian, perjudian, spekulasi, penumpukkan dan penahanan bahan-bahan kebutuhan pokok dengan menaikkan harga monopoli cara-cara produksi oleh satu atau beberapa orang yang membatasi lapangan orang lain kesemuanya. Adalah cara-cara yang diharamkan.

Islam telah memilih dengan hati yang menyatakan tidak sah semua bentuk perdagangan yang sifatnya dapat mentebabkan ligitasi atau yang kerugian dalam keuntungan pada keberuntungan atau pada kecelakaan semua untuk adanya hak-hak kelompok bersama yang tidak dapat dipisahkan.<sup>37</sup> Mencari keuntungan dalam perdagangan Islam merupakan sesuatu yang jaiz di benarkan syara' dan diperintahkan bagi orang-orang yang tidak bisa bedagang dengan baik untuk dirinya sendiri. Kebolehan untuk mencari keuntungan yang banyak tidak berarti hal itu selalu disukai, tetapi sikap qona'ah menerima dengan kepuasan terhadap keberuntungan yang sedikit lebih dekat kepada petunjuk dari jauh dari subhat.

Keuntungan itu halal bagi pedagang musim jika selamat muamalahnya, perdagangan dari suatu yang haram jika muamalah yang

<sup>36</sup> Afzalurahman Muhammad Ensyklopedia Search Terjemahan Dewi Nurzalin Dkk. *Muhammad Sebagai Pedagang* (Jakarta: Penebar Swadaya 1997) Cet Ke- h. 20

<sup>37</sup> Ibid h. 44





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

dilakukan mengandung perkara yang haram seperti pedagang barang-barang haram atau bermuamalah dengan ikhtiar, mengoceh penipuan, menyembunyikan harga pada waktu itu curang pada takaran dan sejenisnya, maksimal keuntungan yang diperoleh adalah haram.<sup>38</sup>

## B. Kepuasan Pembeli

### 1. Pengertian kepuasan

Kepuasan secara etimologi adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/ hasil yang dirasakan dengan harapannya.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, kepuasan diartikan sebagai perasaan senang melalui pengorbanan. Lebih lanjut terdapat beberapa kepuasan pelanggan adalah bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting didalam pasar.

Menurut Kotler dan Armstrong kepuasan pembeli adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu.

<sup>38</sup>Ibit h. 58



**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 Lupyoadi ada beberapa faktor yang yang mempengaruhi kepuasan pembeli antara lain :

- a. Keunggulan produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka gunakan unggul dan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

## 2. Indikator Kepuasan Pembeli

Kepuasan pembeli sangat penting bagi setiap organisasi, baik sektor jasa ataupun sektor barang, oleh karena itu tidak setiap waktu produsen dapat memuaskan pelanggan. Karena ada begitu banyak pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakan secara berbeda.

Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.<sup>39</sup>

## C. Pasar

Pada mulanya istilah pasar dikaitkan dengan pengertian pendapat pembeli dan penjual bersama-sama melakukan pertukaran kemudian istilah pasar ini dikaitkan dengan pengertian ekonomi ini yang mewujudkan

<sup>39</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2005) Cet.1 h. 38

pertemuan antara pembeli dan penjual antara permintaan dan penawaran. Secara teoritis dalam ekonomi pasar menggambarkan semua pembeli dan penjual yang terlihat dalam transaksi actual atau potensial terhadap barang atau jasa.<sup>40</sup>

## 1. Pasar dan Jenis Pasar

Apabila kita bicara mengenai pasar, maka dalam pengertian ini terkait istilah-istilah konsumen/pembelian permintaan dan produsen/penjualan penawaran, serta produk berupa barang atau jasa yang dipasarkan. Dengan keterkaitan ini, ada ahli menyatakan pasar adalah hubungan atau pertemuan konsumen atau pembeli dengan produsen atau penjual dengan produk tertentu. Disamping itu ada pula yang menyatakan pembeli atau konsumen potensial.<sup>41</sup>

Sesuai dengan penetapan terakhir Philip Kotler, menyatakan bahwa suatu pasar terdiri seluruh konsumen/langganan potensial yang mempunyai tuhan dan keinginan tertentu yang ingin dan mampu diperdagangkan dengan pertukaran, sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut.

## 2. Strategi Produk Pasar

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, serta yang dapat memuaskan kebutuhan dan kebutuhan konsumen ( Kotler 2006 ), Day (1999) mendefinisikan sebuah produk sebagai sesuatu yang memiliki

<sup>40</sup>Prof. Dr Sofian Assauri, S,E, M,B,A. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, cetakan ke-10 april 2010).h. 98.

<sup>41</sup>*Ibid.*, hlm. 99.



- 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nilai di suatu pasar sasaran dimana kemampuan perusahaan memberikan manfaat dan kepuasan termasuk benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Dengan demikian, produk-pasar mengombinasikan manfaat produk dengan kebutuhan dengan kebutuhan konsumen.<sup>42</sup>

Pengelompokan konsumen berdasarkan karakteristik-karakteristik tertentu untuk dapat memudahkan perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen. Pengelompokan pasar ini sering disebut sebagai segmentasi pasar. Kotler (2006) mendefinisikan segmentasi pasar sebagai tindakan membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang terbedakan dengan kebutuhan. Karakteristik, atau tingkah laku yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran terpisah.

Strategi Segmentasi Pasar ( *Segmenting* ) merupakan salah satu strategi terpenting dalam manajemen pemasaran. Segmentasi pasar adalah suatu proses membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok konsumen yang memiliki kesamaan kebutuhan atau karakteristik (Kanuk and Schiffman 2001). Dengan kata lain, suatu proses menempatkan konsumen kedalam subkelompok yang memiliki respons yang sama terhadap suatu program pemasaran ( Gravens and Piercy 2009).<sup>43</sup>

Kriteria Segmentasi Pasar untuk memasuki suatu segmen pasar tertentu, ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi ( Hiam and Schewe 1994) sebagai berikut.

<sup>42</sup> Muhammad Ismail *Strategi Pemasaran untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek* ( Makassar: cetakan pertama November 2013). h. 19.

<sup>43</sup> *Ibid.*, hlm. 22.



- 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dapatkah pasar didefinisikan diukur (*Identifiable and measurable*) perusahaan harus bisa mengidentifikasi konsumen mana yang menjadi yang menjadi anggota segmen pasar tertentu.

Apakah pasar ini dapat dijangkau (*reachable or accessible*) Agar segmentasi berhasil, pemasar harus dapat berkomunikasi secara efektif dan efisien dengan tiap-tiap segmen yang dipilih. Segmen-segmen tertentu, meskipun mungkin sangat besar, tidak dapat dijangkau secara efektif.

### 3. Mekanisme Pasar dalam Islam

Pada dasarnya dalam sistem Ekonomi Islam, mekanisme pasar dibangun atas dasar kebebasan, yakni kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa. Sistem Ekonomi Islam menempatkan kebebasan pada posisi yang tinggi dalam kegiatan ekonomi, walaupun kebebasan itu bukanlah kebebasan mutlak seperti yang dianut paham kapitalis. namun, kebebasan itu diikat dengan aturan. yaitu tidak melakukan kegiatan ekonomi yang bertentangan dengan aturan syariat, tidak menimbulkan kerugian bagi para pihak yang bertransaksi, dan senantiasa melakukan kegiatan ekonomi dalam rangka mewujudkan kemaslahatan.<sup>44</sup>

Ibn Taimiyah memiliki pandangan yang hampir sama dengan ini ia menyatakan mekanisme pasar dalam Islam adalah pasar bebas, harga ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Kenaikan harga tidak selalu disebabkan oleh ketidakadilan dari para pedagang, harga

<sup>44</sup>Dr. Rozalinda, M.Ag *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada cetakan ke-1 juni 2014),h.148



#### 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.

merupakan hasil transaksi antara permintaan dan penawaran yang terbentuk karena faktor yang kompleks. terkadang naik turunnya harga disebabkan oleh defisiensi produksi atau penurunan terhadap barang meningkat, sedangkan ketersediaan barang menurun, maka harga akan naik. Sebaliknya jika ketersediaan barang-barang meningkat, sedangkan permintaan terhadap barang tersebut menurun maka harga akan turun. Kelangkaan atau melimpahnya barang terkadang bukan disebabkan oleh ketidakadilan tetapi karena kehendak Allah.

Ibn Taimiyah secara prinsipnya menghargai pentingnya harga yang terjadi karena mekanisme pasar berjalan secara alami. karena itu, ia menolak campur tangan pemerintah menetapkan atau menentukan harga (price intervention) selama naik turunnya harga disebabkan oleh faktor-faktor alami. hal itu akan mengganggu mekanisme pasar. menyatakan intervensi hanya dapat dilakukan pada kasus-kasus tertentu seperti ikhtiar.

#### D. Tinjauan Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam

Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran islam, selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt dalam Al-Baqarah ayat 275 dan surat An-Nisa ayat 29 yaitu:<sup>45</sup>

<sup>45</sup>Dapartemen Agama RI, *Op.Cit*, Al-Baqarah (2): 275 dan An-Nisa (4):29

- 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.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَاتْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Sedangkan Al-Quran An-Nisa ayat 29 adalah sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu. (Qs. An-Nisa (4): 29)

Berdasarkan ayat diatas dilihat bahwa jual beli jelas dihalalkan dalam Islam. Keterangan lain menyebutkan penjualan Islami baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama dan prikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih, yaitu:<sup>46</sup>

<sup>46</sup>Yusuf Qardhawi, *Op Cit*, h. 189



1. Larangan menjual/memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
2. Bersikap benar amanah dan jujur.
3. Menerapkan kasih sayang.
4. Menerapkan keadilan dan mengharamkan riba.
5. Menerangkan toleransi dan persaudaraan.

Ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna merupakan resultan dari kekuatan yang bersikap masal, yaitu merupakan fenomena alamiah. pasar yang bersaing sempurna merupakan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.

#### 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

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penetapan harga sembako di pasar selasa simpang baru kecamatan tampan kota pekanbaru belum maksimal dalam meningkatkan kepuasan pembeli, terbukti masih banyaknya pembeli yang merasa tidak sesuai dengan harga yang di tetapkan oleh pedagang. Pedagang di pasar selasa masih banyak menetapkan harga tinggi dengan kualitas barang yang rendah atau tidak sesuai.
2. Tinjauan Ekonomi islam terhadap Penetapan Harga Sembako dalam meningkatkan kepuasan pembeli di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru ialah Penetapan Harga jual yang berbasis nilai keadilan dengan menetapkan harga yang wajar dan tidak mengambil keuntungan yang besar dan merupakan titik keseimbangan antara kekuatan permintaan dan penawaran yang disepakati secara sukarela oleh pembeli dan pedagang.

#### B. Saran

Saran yang akan penulis berikan kepada objek penelitian adalah:

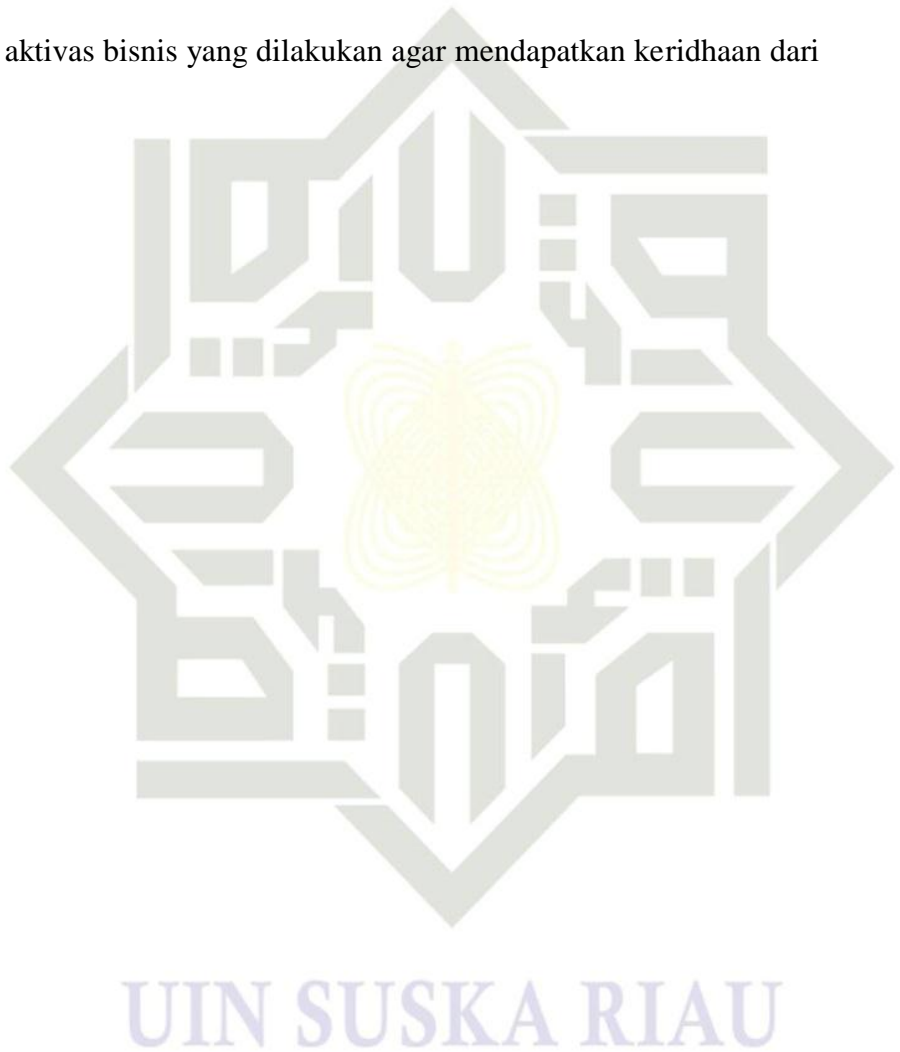
1. Penulis Berharap kepada Pihak pedagang Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, agar tetap amanah dalam berdagang menciptakan suasana yang baik ramah tamah terhadap pembeli yang

berbelanja. bagi penjual dan pembeli, harus saling menghargai hak-hak dan kewajibannya masing-masing sehingga menghindari hal-hal yang dapat merugikan kedua belah pihak.

2. Bagi pelaku bisnis sebaiknya menerapkan secara sungguh-sungguh mengenai prinsip-prinsip ekonomi syariah sebagai landasan dasar dalam melakukan aktivitas bisnis yang dilakukan agar mendapatkan keridhaan dari Allah Swt.

#### 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR PUSTAKA

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 mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
1. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah, Anshari Thayib*, Jakarta: PT Bina Ilmu Offset, 1997.
2. Abu Muhammad Hamid, bin Muhammad bin Ahmad Al-Ghazali Al-Tussi, 1992. *Ihya Ulumudin*, Cet 4, Semarang: CV. Asy – Syifa
3. Adiwarman Aazwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed 3. Cet. Ke-2, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
4. Adiwarman karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: Penerbit III T Indonesi, 2003.
5. Afzalurahman Muhammad Ensyklopedia Search Terjemahan Dewi Nurzalini Dkk. *Muhammad Sebagai Pedagang* Jakarta: Penebar Swadaya 1997.
6. Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
7. Amalia, Euis. 2010. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing.
8. Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya Efendi, prinsip-prinsip pemasaran, Yogyakarta: Perpustakaan Nasional 2015.
9. Birusman Muhammad Nuryadin, *Harga dalam Perspektif Islam, Jurnal Ekonomi Islam*,
10. Departemen Agama RI, *Op.Cit*, Al-Baqarah (2): 275 dan An-Nisa (4):29
11. Dr. Rozalinda, M.Ag *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada cetakan ke-1 juni 2014.
12. Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis*, Yogyakarta: Andi, 2005.
13. Fanji, Pipjon. 2003. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Balai pustaka
14. Fatoni dan Siti Nur. 2014. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Bandung : Pustaka Setia.
15. Haddy Suprpto *Deskripsi Keputusan Membeli Sembako Dipasar Selasa survei Pelanggan di Kota Pekanbaru*
16. Handoko, Han. 2001. *Daya Penggerak Tingkah Laku*. Yogyakarta: Kanisius.
17. Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Ekonosia 2004.
18. Irsad. *Marketing Mix Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*, Di unduh pada Tanggal 23 Februari 2016.



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

Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga,

Kotler Philip dan Keller Kevin, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.

Likman, Hakim. 2012. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta : Erlangga.

M. Fuad dkk, *Pengantar Bisnis* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama ,2000.

Maharani vinci *Manajemen Bianis Eceran* Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009.

Manuring, Mandala. 2008. *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Marios P. Anipora, SE *Dasar-Dasar Pemasaran* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2002.

Muhammad Ismail *Strategi Pemasaran untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek* Makassar:cetakan pertama November 2013.

Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam perspektif Islam*, Cet. Ke-1, (Yogyakarta: BPFE,2004).

Mujahidin, Akhmad. 2014. *Ekonomi Islam*. Jakarta : Rajawali.

Mustafa Edwin dkk *,Pengenalan Eksekutif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana 2007.

Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

Peraturan Walikota Pekanbaru.2008.*Rincian Tugas Fungsi dan Tata Kerja Dinas-dinas Dilingkungan PEMKO*. Pekanbaru.

Philip Kotler, Gary Armstrong *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jakarta: Erlangga 2001.

Prof. Dr Sofian Assauri, S,E, M,B,A. *Manajemen Pemasaran* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, cetakan ke-10 april 2010.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Yusuf Al- Qardawi, *Norma dan Etika Dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Gemma Isnani,1997.

## KUESIONER PENELITIAN

Assamu'alaikum Wr. Wb

### A. Pendahuluan

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi) Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Uin Suska Riau, maka ini peneliti :

Nama : ASMARITA RAHAYU

NIM : 11525203933

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah dan Hukum

Judul Skripsi : Analisis Penetapan Harga Sembako Dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau menurut Ekonomi Islam.

Melalui angket ini, peneliti mohon bantuan saudara/i untuk mengisi angket penelitian ini sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman jawaban yang saudara/i berikan sangat penting bagi penelitian peneliti.

Atas bantuan saudara/i dalam pengisian angket ini peneliti ucapkan terimakasih.

### B. Identitas Responden

1. Nama Responden

2. Umur

3. Jenis Kelamin  Laki-laki  Perempuan

### C. Petunjuk Pengisian

1. Baca setiap pertanyaan dengan seksama sebelum menjawab

2. Anda hanya dapat memberikan satu jawaban di setiap pertanyaan

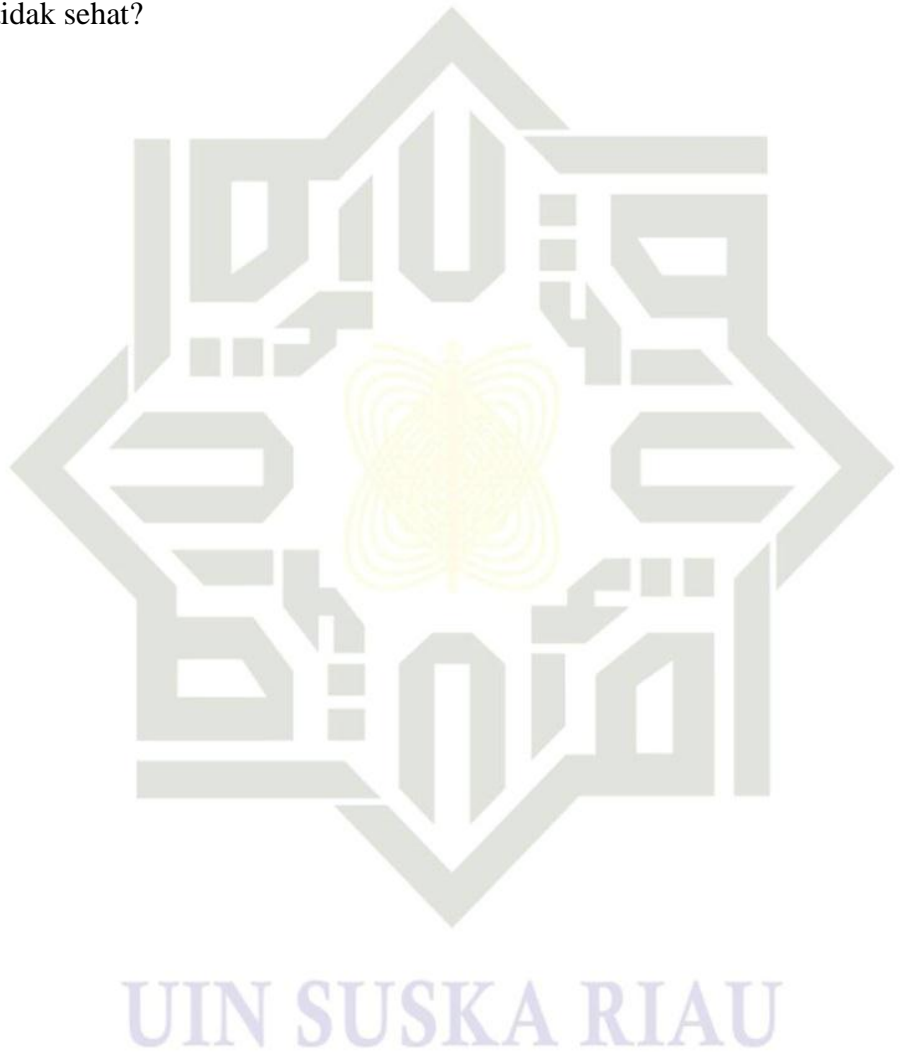
3. Isilah kuesioner dengan memberikan tanda lingkaran pada kolom yang tersedia dan pilih dengan keadaan yang sebenarnya

4. Data yang diberikan tidak berpengaruh apa-apa terhadap anda karena ini hanya untuk penelitian semata.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Hak Cipta © UIN Suska Riau  
 UIN Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Apakah bapak/ibu sering berbelanja di Pasar Selasa Panam?
    - a. Sering
    - b. Kadang-kadang
    - c. Tidak
  2. Apakah menurut bapak/ibu kualitas barang yang dijual di Pasar Selasa Panam sesuai dengan harga?
    - a. Sesuai
    - b. Kurang Sesuai
    - c. Tidak Sesuai
  3. Apakah menurut bapak/ibu harga barang yang rendah kualitas barangnya juga kurang bagus?
    - a. Ya
    - b. Kurang tau
    - c. Tidak
  4. Apakah menurut bapak/ibu harga barang yang dijual bersaing antar pedagang?
    - a. Ya
    - b. Kurang tau
    - c. Tidak
  5. Apakah menurut bapak/ibu barang yang dijual di Pasar Selasa Panam lengkap?
    - a. Lengkap
    - b. Kurang lengkap
    - c. Tidak
  6. Apakah menurut bapak/ibu barang yang pedagang di Pasar Selasa Panam bervariasi?
    - a. Ya
    - b. Kurang tau
    - c. Tidak
2. Dilarang mengutip 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.

7. Apakah menurut bapak/ibu ada pedagang yang mencampurkan barang yang bagus dengan barang yang rusak?
- Ada
  - Kurang tau
  - Tidak
8. Apakah menurut bapak/ibu ada pedagang yang bersaing di Pasar Selasa Parem secara tidak sehat?
- Ada
  - Kurang tau
  - tidak
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR WAWANCARA

### PEDAGANG DI PASAR SELASA SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU

1. Apakah Menurut Bapak/Ibu Penetapan Harga Sembako Setiap Tahunnya Stabil.?
  2. Apakah Menurut Bapak/ibu di Pasar Selasa banyak pedagang yang menjual barang sembako secara bervariasi.?
  3. Bagaimana Menurut Bapak/Ibu selain dari hari selasa banyak juga masyarakat yang berbelanja disini?
  4. Menurut Bapak/Ibu barang yang paling banyak dijual di Pasar Selasa ini apa saja selain bahan-bahan sembako?
- 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.

### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “ANALISIS PENETAPAN HARGA SEMBAKO DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PEMBELI DIPASAR SELASA SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN KOTA PKANBARU DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM” yang ditulis oleh:

Nama : **Asmarita Rahayu**  
NIM : 11525203933  
Program Studi : Ekonomi Syariah

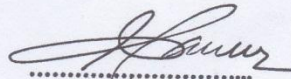
Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 07 Januari 2020  
Waktu : 08.00 WIB  
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

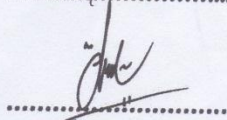
Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 17 Januari 2020  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

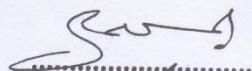
Ketua  
**Bambang Hermanto, M.Ag**



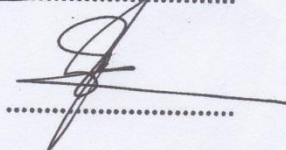
Sekretaris  
**Nuryanti, SEI, MESy**



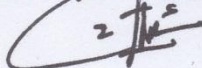
Penguji I  
**Budi Azwar, SE., M.Ec**



Penguji II  
**Jonnus, SE, MM**



Kepala Sub. Bagian  
Adm. Umum dan Keuangan  
Fakultas Syariah dan Hukum



**Eri, Suriyanto, SH.I**  
NIP. 19670218 199303 1 006



# 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 : ASMARITA RAHAYU

NIM : 11525203933

Jurusan : EKONOMI SYARI'AH


Judul : ANALISIS PENETAPAN HARGA SEMBAKO DALAM  
MENINGKATKAN KEPUSAN PEMBELI DI PASAR  
SELASA SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN  
KOTA PEKANBARU DITINJAU DARI EKONOMI  
ISLAM

Pembimbing : Dr.Jenita, SE, MM

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

Pekanbaru, 22 Januari 2020

An. Pimpinan Redaksi



M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL  
NIP. 198804302019031010

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin 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 : dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISSET/25735  
 TENTANG



032010

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

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/7196/2019 Tanggal 3 September 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

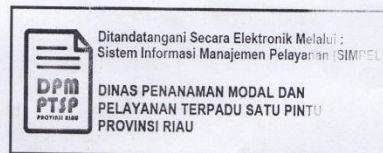
- 1. Nama : **ASMARITA RAHAYU**
- 2. NIM / KTP : 11525203933
- 3. Program Studi : **EKONOMI SYARIAH**
- 4. Jenjang : **S1**
- 5. Alamat : **PEKANBARU**
- 6. Judul Penelitian : **ANALISIS PENETAPAN HARGA SEMBAKO DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PEMBELI DI PASAR SELASA SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH**
- 7. Lokasi Penelitian : **PASAR SELASA SIMPANG BARU PANAM**

Dengan 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 : 5 September 2019



**Tembusan :**

Disampaikan Kepada Yth :

- 1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- 2. Walikota Pekanbaru
- Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
- 3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
- 4. Yang Bersangkutan

- 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



melanjutkan pendidikan pada Smp Negeri 1 Reteh selama 3 (tiga) tahun yaitu dari tahun 2008 sampai tahun 2011. Tamat dari Smp Negeri 1 Reteh tersebut, penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 1 Reteh 3 (tiga) tahun yaitu dari tahun 2011 sampai tahun 2014. Kemudian pada tahun 2014 berkat restu dan doa kedua orang tua, penulis melanjutkan pendidikan Strata-1 (S-1) tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Syariah dan Hukum, dengan jurusan Ekonomi Syariah.

Selama menjadi mahasiswa, penulis melaksanakan magang selama 2 ( dua bulan ) di Bank Btn Pekanbaru. Selain itu penulis juga aktif dalam beberapa kegiatan organisasi baik internal maupun eksternal kampus. Atas berkat dan rahmat Allah Subhanahu WaTa'ala serta do'a dan dukungan dari orang - orang tercinta akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul "**Analisis Penetapan Harga Sembako Dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli di Pasar Selasa Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau dari Ekonomi Islam.**" di bawah bimbingan langsung Bapak Dr.Jenita, SE,MM. Berdasarkan hasil ujian Sarjana Fakultas Syariah dan Hukum pada tanggal 07 Januari 2020, penulis dinyatakan **LULUS** dan telah berhak menyandang gelar Sarjana Hukum (SE).

Bismillahirrahmanirrahim, walhamdulillah

- Hak Cipta
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 mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.