

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Konsep Ekonomi Islam sudah ada semenjak kehadiran agama Islam di atas bumi ini, Al-Qur'an dan hadits kaya akan hukum-hukum dan pengarahannya kebijakan ekonomi yang harus diambil dan disesuaikan dengan perubahan zaman.

Ilmu Ekonomi Islam didefinisikan sebagai suatu cabang pengetahuan yang membantu mewujudkan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber-sumber daya langka yang seirama dengan tujuan syariat Islam yaitu menjaga agama, jiwa manusia, akal manusia, keturunan dan menjaga kekayaan tanpa mengekang kebebasan individu.<sup>1</sup>

Salah satu Faktor pendukung kelancaran kegiatan ekonomi adalah dengan cara berbisnis. Didalam ilmu ekonomi bisnis merupakan termasuk organisasi penjual barang atau kegiatan berbisnis lainnya yang berupaya memperoleh laba. Karena tujuan utama dari bisnis ialah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia sehingga mereka berani memikul resiko menanam modal dalam kegiatan bisnis dalam kehidupan sehari-hari kita melakukan jutaan orang melakukan kegiatan bisnis. Mengembangkan bisnis secara besar-besaran mulai dari industri hulu sampai ke hilir meliputi jasa perbankan (grosir), perdagangan besar, perdagangan eceran besar (swalayan), perdagangan eceran kecil dan berbagai bentuk usaha lainnya dalam berbagai jenis komoditi. Rakyat Indonesia yang

---

<sup>1</sup> Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2007), h. 2

sebagian besar beragama Islam tidak banyak mengetahui akan ajaran Islam tentang pekerjaan di bidang bisnis.

Jadi, menurut Islam kepemilikan harta kekayaan pada manusia terbatas pada kepemilikan kemanfaatannya selama masih hidup di dunia dan bukan kepemilikan secara mutlak. Saat dia meninggal kepemilikan tersebut berakhir dan harus didistribusikan kepada ahli warisnya sesuai ketentuan Syariah.

Harta yang paling baik menurut Rasulullah SAW adalah yang diperoleh dari hasil kerja atau perniagaan sebagaimana diriwayatkan dalam Hadist sebagai berikut, Ketika Rasulullah ditanya oleh Rafi bin Khudaij: Dari Malik bin Anas r.a:

قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya: *Wahai Rasulullah, pekerjaan apakah yang paling baik? Rasulullah menjawab “pekerjaan orang dengan tangannya sendiri dan jual beli yang mabrur”*. (HR. Ahmad dan Al Bazzar At Thabrani dari Ibnu Umar).<sup>2</sup>

Jual beli yang bersih berarti sebagian dari kegiatan profesi bisnis. Selain itu para ulama telah sepakat mengenai kebaikan pekerjaan berdagang (jual beli) sebagai perkara yang telah dipraktekkan sejak zaman Nabi hingga masa kini.<sup>3</sup>

Rasulullah juga telah melakukan jual beli berdasarkan peraturan syariat Islam. sebagai mana Islam telah mengatur tentang kegiatan jual beli mulai dari syarat-syarat jual beli, syarat barang yang dijual, syarat ijab dan qabul, dan lain sebagainya. Jual beli menurut bahasa artinya

---

<sup>3</sup> Sri Suryati-Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat 2012), h. 66-67

menukar sesuatu, sedangkan menurut syara' artinya menukar harta dengan harta dengan cara tertentu ('Aqad).

Dalam jual beli salah satu hal yang paling penting yaitu penetapan harga. Adapun Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan ketika menetapkan harga:

1. Faktor-faktor Internal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga

Faktor-faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran dan organisasi perusahaan.

- a. Tujuan pemasaran

Sebelum menetapkan harga, perusahaan seharusnya menentukan strateginya atas produk tersebut. Jika perusahaan telah memilih pasar sasaran dan memosisikannya dengan baik, maka strategi bauran pemasarannya termasuk harga akan berjalan dengan baik. Contohnya, jika General Motors memutuskan untuk membuat sebuah mobil sport baru untuk bersaing dengan mobil-mobil sport buatan Eropa dalam segmen penghasilan tinggi dianjurkan General motors menetapkan harga yang tinggi. Motel 6, Econo Lodge dan Red Roof Inn telah memosisikan diri mereka sebagai motel-motel yang menyediakan kamar-kamar ekonomis bagi turis yang uangnya pas-pasan, posisi ini mengharuskan ditetapkannya harga yang rendah. Jadi strategi penetapan harga sangat ditentukan oleh keputusan posisi pasar.

b. Strategi bauran pemasaran

Harga adalah salah satu bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Keputusan harga harus dihubungkan dengan keputusan rancangan produk, distribusi dan promosi untuk membuat program pemasaran yang efektif. Keputusan yang dibuat untuk variabel-variabel bauran pemasaran lainnya mempengaruhi keputusan penetapan harga. Contohnya, produsen yang menggunakan berbagai pedagang eceran yang diharapkan dapat mendukung dan mempromosikan produk-produk mereka, mungkin harus menentukan margin pedagang eceran yang lebih besar dalam harga mereka. Keputusan untuk menetapkan produk berkualitas tinggi akan berarti bahwa penjual harus menetapkan harga yang lebih tinggi untuk menutupi biaya yang lebih tinggi.

c. Pertimbangan Organisasi

Manajemen harus memutuskan siapa yang harus menetapkan harga didalam organisasi tersebut. Perusahaan-perusahaan menangani penetapan harga dengan berbagai cara. Dalam perusahaan kecil, harga sering kali ditetapkan oleh manajemen puncak dan bukan oleh departemen pemasaran ataupun penjualan. Dalam perusahaan besar, penetapan harga biasanya ditangani oleh manajer-manajer divisi ataupun lini produk. Dalam pasar industri, wiraniaga mungkin diijinkan bernegosiasi dengan pelanggan dalam suatu rentang harga tertentu. Walaupun demikian, manajemen puncak tetap menetapkan

tujuan dan kebijakan penetapan harga dan seringkali menyetujui harga yang diajukan oleh level manajemen yang lebih rendah ataupun wiraniaganya. Dalam industri dimana penetapan harga adalah faktor utama (perusahaan ruang angkasa, kereta api dan perusahaan minyak), perusahaan seringkali memiliki departemen harga yang menetapkan harga terbaik atau membantu departemen lain menetapkan harga. Departemen ini melapor pada departemen pemasaran atau manajemen puncak. Orang lain yang memiliki kepentingan dalam penetapan harga meliputi manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan dan akuntan.

## 2. Faktor-faktor Eksternal yang Mempengaruhi Keputusan Penetapan Harga

### a. Pasar dan permintaan

Ketika biaya menjadi dasar penetapan batas bawah harga, pasar dan permintaan menjadi dasar penetapan batas atasnya. Baik konsumen maupun konsumen pembeli industri menyamakan harga suatu produk dan jasa dengan manfaat dari memilikinya. Jadi, sebelum menetapkan harga, seorang pemasar harus memahami hubungan antara harga dan permintaan atas produknya.

### b. Biaya, harga dan Penawaran Pesaing

Faktor eksternal lainnya yang mempengaruhi keputusan penetapan harga perusahaan adalah biaya dan harga pesaing serta kemungkinan reaksi pesaing atas tindakan penetapan harga yang dilakukan perusahaan. Seorang konsumen yang cenderung membeli

sebuah kamera Canon akan seorang konsumen yang cenderung membeli sebuah kamera Canon akan mengevaluasi harga Canon dengan nilai dibandingkan dengan harganya serta nilai dari produk pembanding yang dibuat oleh Nikon, Minolta, Pentax dan yang lainnya. Sebagai tambahan, strategi penetapan harga mungkin mempengaruhi sifat persaingan yang dihadapi. Jika Canon mengikuti strategi harga tinggi, laba tinggi mungkin akan mengundang persaingan. Namun, strategi harga rendah, laba rendah mungkin akan menghentikan persaingan atau membuat pesaing keluar dari pasar.

Faktor-faktor Eksternal lainnya yaitu ketika menetapkan harga, perusahaan juga harus mempertimbangkan faktor-faktor lain dalam lingkungan eksternalnya. Keadaan ekonomi dapat memiliki dampak yang besar terhadap strategi penetapan harga perusahaan. Faktor-faktor ekonomi dapat memiliki dampak besar terhadap strategi penetapan harga karena dapat mempengaruhi baik biaya produksi maupun persepsi konsumen terhadap harga dan nilai produk. Perusahaan juga harus mempertimbangkan dampak apa yang akan ditimbulkan harga pada bagian lingkungan lainnya. Bagaimana reaksi penjual terhadap berbagai tingkat harga? Perusahaan harus menetapkan harga yang memberikan keuntungan yang cukup pada penjual, mendorong mereka agar lebih mendukung dan membantu mereka menjual produk secara efektif. Pemerintah juga merupakan pengaruh eksternal penting lainnya dalam keputusan penetapan harga. Akhirnya, keprihatinan sosial mungkin bisa juga diperhitungkan. Dalam menetapkan harga, penjual jangka

pendek, pangsa pasar dan tujuan keuntungan perusahaan mungkin harus disesuaikan dengan pertimbangan-pertimbangan sosial yang lebih luas.<sup>4</sup>

Berdasarkan beberapa faktor-faktor penetapan harga diatas, maka kewajiban seorang muslim adalah dengan mengamalkan sesuatu yang sudah menjadi ketetapan dalam Islam, yaitu menjalankan perintahnya dan menjauhi segala larangannya. Oleh karena itu para Ulama telah menentukan status hukum dari setiap permasalahan yang dialami kaum muslim, diantaranya permasalahan tentang transaksi Ekonomi dalam bentuk jual beli kredit.

Kredit berasal dari bahasa latin yang berbunyi “*credere*” yang berarti “kepercayaan” Kredit juga diartikan sebagai “*credo*” yang artinya “saya percaya” Sedangkan sekarang kita sering mendengar orang yang menyebutnya dengan “credit” dalam pengertiannya seseorang memperoleh kredit, maka berarti ia telah memperoleh kepercayaan.<sup>5</sup>

Jadi, dapat diartikan bahwa suatu pemberian kredit terjadi karena adanya kepercayaan orang atau badan yang memberikannya dengan ikatan perjanjian harus memenuhi segala kewajiban yang diperjanjikan untuk dipenuhi pada waktunya.<sup>6</sup> Menurut Yusuf Al-Subaili, kredit (bai, bi taqsith) adalah menjual barang dengan pembayaran tidak tunai yang lebih mahal harganya daripada tunai dan pembeli melunasi angsuran tertentu pada waktu tertentu.<sup>7</sup>

---

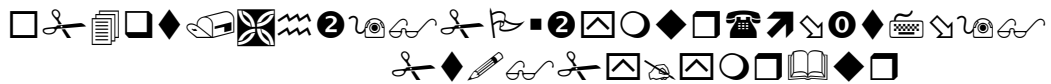
<sup>4</sup>Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*,(Jakarta: Erlangga, 2001), h. 440-455

<sup>5</sup>Hadi Widjaja, *Analisis Kredit*, (Bandung: pionir jaya, 1991), h. 4

<sup>6</sup>*Ibid*, h. 4

<sup>7</sup> Yusuf al-Suabaili, *Fiqih Perbankan Syariah: Pengantar Fiqih Muamalah dan Aplikasinya Dalam Ekonomi Modern*, (Bandung: Pustaka Setia 2005), h. 61

Berdasarkan pengertian diatas dapat dipahami bahwa kredit dapat dilakukan atau diperbolehkan didalam Islam, ketika dalam pelaksanaanya bebas dari riba. Karena Islam secara jelas melarang praktik riba, hal ini sebagai firman Allah SWT yang berbunyi:



Artinya : Allah SWT menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

(QS. Al-Baqarah 2:275)

Toko Harapanku merupakan salah satu dari usaha mikro yang berdiri pada tahun 2005 tepatnya di Desa Sungai Keranji. Toko Harapanku menjual berbagai macam pupuk seperti: pupuk TSP, pupuk KCL, pupuk urea dan lain-lain.<sup>8</sup> Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan oleh seorang penjual salah satunya yaitu menetapkan harga.

Dalam suatu usaha harga merupakan hal penting karena harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan yang menentukan diterima tidaknya suatu barang oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan dagang tersebut tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. “murah” atau “mahal”nya harga suatu barang sangat relatif sifatnya untuk mengatakan perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan barang serupa yang diproduksi atau dijual perusahaan dagang lain, Artinya perusahaan dagang perlu selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan dagang tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya<sup>9</sup>. Al-Quran sendiri sangat menekankan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat

<sup>8</sup> Sagirin, pembeli pupuk di Toko Harapanku, wawancara, 10 Oktober 2014

<sup>9</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), Cet. Ke-3, h. 221



manusia, berkaitan dengan hal ini Rasulullah Saw menggolongkan riba sebagai penjualan yang terlalu mahal yang melebihi kepercayaan para konsumen.

Harga juga harus adil bagi pembeli, maksudnya jangan sampai pembeli dirugikan atas penetapan harga yang dilakukan oleh pedagang untuk suatu barang. Selain itu Ibnu Taimiyah juga mengingatkan kepada penjual agar menjual dengan harga yang wajar dan kepada para pembeli untuk tidak menolak harga yang adil sebagai hasil dari transaksi antara kekuatan penjual dan penawaran yang terjadi secara alamiah.<sup>10</sup> Toko Harapanku adalah Toko yang menetapkan harga yang lebih mahal dibandingkan pada penjual pupuk lainnya, Selain itu Penetapan harga jual pada Toko Harapanku yaitu menetapkan harga yang berbeda antara harga tunai dan kredit dalam hal ini harga kredit lebih mahal dari pada harga tunai terdapat selisih harga antara pembelian tunai dan kredit.<sup>11</sup>

Toko Harapanku merupakan salah satu penjual yang menetapkan harga kredit yang lebih mahal daripada harga kontan (*cash*). Penulis mengambil contoh dari seorang petani yang melakukan pembelian pupuk sawit pada Toko Harapanku: <sup>12</sup>Bapak Imam membeli pupuk TSP secara kredit dengan harga Rp.330.000,- sedangkan harga pupuk TSP secara tunai hanya Rp.325.000,-. Dalam hal ini terdapat selisih harga antara tunai dan kredit sebanyak Rp.5.000,- dan Toko Harapanku juga menetapkan harga melebihi harga pasar contoh: pada umumnya penjual pupuk TSP secara tunai menetapkan harga pupuk TSP Rp.325.000,- sementara Toko Harapanku menjual pupuk TSP secara tunai seharga Rp. 320.000,- jadi terdapat selisih harga sebanyak Rp.5.000.

---

<sup>10</sup>[Http:// Hafidalbadar. Blog. Uns. Ac.id/2009.06/04/mekanisme- pasar-dan Regulasi-Harga Menurut-Ibnu-Taimiyah](http://Hafidalbadar.Blog.Uns.Ac.id/2009.06/04/mekanisme-pasar-dan-Regulasi-Harga-Menurut-Ibnu-Taimiyah), Diakses Pada Tanggal 11 Desember 2014.

<sup>11</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 80

<sup>12</sup> Imam Taufik, Konsumen, *Wawancara*, 10 Oktober 2014.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada Toko Harapanku di Desa Sungai Keranji Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang permasalahan tersebut dengan judul: **“PENETAPAN HARGA PUPUK SAWIT PADA TOKO HARAPAN KU DI DESA SUNGAI KERANJI KECAMATAN SINGINGI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.**

### **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian lebih terarah dan memperjelas ruang lingkup dalam penelitian ini maka penulis memfokuskan kajian penelitian ini di Desa Sungai Keranji Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi pada Toko Harapanku, tentang penetapan harga secara kredit dan penetapan harga pupuk melebihi harga pasar yang bertempat di Desa Sungai Keranji menurut perspektif Ekonomi Islam.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

- a) Bagaimana penetapan harga pupuk sawit pada Toko Harapanku di Desa Sungai Keranji?
- b) Bagaimana dampak penetapan harga pada Toko Harapanku di Desa Sungai Keranji terhadap konsumen?
- c) Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap penetapan harga pada Toko Harapanku di Desa Sungai Keranji?

## **D. Tinjauan dan Tujuan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a) Untuk mengetahui bagaimana penetapan harga jual beli di Toko Harapanku di desa Sungai Keranji Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi.
- b) Untuk mengetahui tanggapan masyarakat tentang penetapan harga di desa Sungai Keranji.
- c) Untuk mengetahui penetapan harga di Desa Sungai Keranji dalam Pandangan Ekonomi Islam.

### **2. Kegunaan Penelitian**

- a) Sebagai wujud partisipasi penulis dalam penelitian ilmiah dan pengabdian masyarakat.
- b) Untuk menambahkan pengetahuan dan wawasan ilmu pengetahuan Ekonomi Islam.
- c) Sebagai syarat bagi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan pada program S1 pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum jurusan Ekonomi Islam pada Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

## **E. Metode Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalahnya, maka metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field resech*). Metode tersebut dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

## **1. Lokasi Penelitian**

Adapun penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan mengambil lokasi di desa Sungai Keranji Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi karena di desa tersebut terdapat penjual pupuk sawit yang melakukan penetapan harga yang berbeda antara harga tunai dan kredit dimana pembelian kredit lebih mahal daripada pembelian secara tunai, selain itu Toko Harapanku juga menetapkan harga melebihi harga pasar.

## **2. Subjek dan Objek Penelitian**

- a) Subjek penelitian dalam penelitian adalah masyarakat dan para pembeli yang melakukan transaksi jual beli tersebut.
- b) Objek penelitian adalah penetapan harga jual beli Toko Harapanku di desa Sungai Keranji Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi.

## **3. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Adapun yang dimaksud populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Harapanku yang melakukan transaksi jual beli pupuk sawit. Jumlah populasi penelitian ini adalah 706 jiwa . Untuk menyederhanakan pengambilan data lapangan dan informasi, maka saya mengambil dari beberapa sampel dari populasi.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena besarnya populasi dan keterbatasan kemampuan penulis, maka penulis mengambil sampel sebanyak 5% dari

706 konsumen, yaitu 30 konsumen Toko Harapanku/pembeli pupuk di Toko Harapanku dan 1 jiwa sebagai penjual, dan 4 jiwa sebagai karyawan Toko Harapanku. Dengan menggunakan teknik *accidental sampling*.

#### **4. Sumber Data**

Dalam menghimpun atau mengumpulkan data penelitian ini, penulis menggunakan data primer dan data sekunder:

- a) Data primer adalah data yang diperoleh melalui responden di lapangan seperti Toko Harapanku dan masyarakat desa Sungai Keranji.
- b) Data sekunder, yaitu data yang di peroleh dari referensi yang terkait dengan masalah yang diteliti.

#### **5. Metode Pengumpulan Data**

- a) Wawancara, yaitu mengambil data dari para responden dengan menggunakan teknik wawancara (*unstructured interview*)
- b) Observasi, yaitu melihat secara langsung dan mengamati objek penelitian di lapangan.
- c) Studi perpustakaan, yaitu dengan mempelajari data-data, teori-teori dan pendapat para ahli.

#### **6. Analisis Data**

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif, secara utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhirnya.

- a) Deduktif, yaitu penulis mengumpulkan data yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti dari yang bersifat umum lalu diambil kesimpulan yang bersifat khusus.

- b) Induktif, yaitu penulis mengumpulkan data yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti dari yang bersifat khusus diambil suatu kesimpulan yang bersifat umum.
- c) Deskriptif, yaitu mencari data khusus menggambarkan masalah yang dibahas berdasarkan data yang diperoleh kemudian data tersebut dianalisa dan diteliti.

## **F. Sistematika Penulisan**

Agar terarahnya serta lebih mempermudah data pembahasan masalah ini, penulis membagi menjadi lima bab, dimana masing-masing bab dan sub bab merupakan suatu kesatuan yang saling berhubungan dengan yang lain.

Adapun bentuk sistematika penulisnya adalah sebagai berikut:

Bab satu, merupakan pendahuluan, dalam bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan, rumusan masalah, dan tujuan penelitian.

Bab dua, menerangkan tentang gambaran umum, yang berkaitan dengan penetapan harga jual beli pada Toko Harapanku di desa Sungai Keranji Kecamatan Singingi dalam perspektif Ekonomi Islam.

Bab tiga, menerangkan tentang landasan teori penetapan harga, yaitu meliputi tinjauan teoritik yang terdiri dari penetapan harga secara kredit lebih mahal dibandingkan dengan harga secara tunai/kontan, dan penetapan harga melebihi harga pasar dan pendapat ahli Ekonomi Islam tentang penetapan harga.

Bab empat, menjelaskan tentang judul skripsi dan pembahasan yaitu bagaimana pendapat ekonomi Islam terhadap penetapan harga dalam jual beli

pupuk sawit pada Toko HarapanKu di Desa Sungai Keranji Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi.

Bab lima, merupakan bab yang berisikan tentang kesimpulan dan saran.