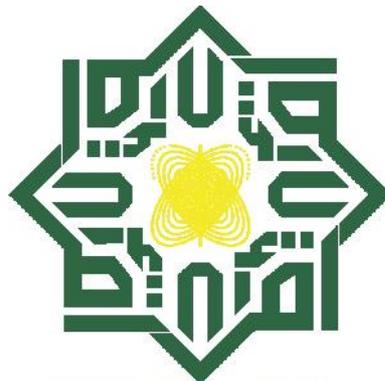


**PENERAPAN STRATEGI HARGA PROMO TERHADAP  
DIFFERENSIASI PRODUK ANTARA *PRIVAT PRODUCT* DAN *NON  
PRIVAT PRODUCT* DI GIANT PANAM PEKANBARU MENURUT  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Menyelesaikan Tugas Akhir dan Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S. E. Sy)



**UIN SUSKA RIAU**

Oleh :

**FATMIANI**  
**11025201437**

**JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
2015 M / 1436 M**



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

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Alamat : Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam, Pekanbaru-Riau No. Telp. 0761-561645  
Fax. 0761-562052, Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

### PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul : **“Penerapan Strategi Harga Promo Terhadap Differensiasi Produk Antara *Privat Product* Dan *Non Privat Product* Di Giant Panam Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam”**  
yang ditulis oleh:

Nama : **FATMIANI**  
NIM : **11025201437**  
Jurusan : **Ekonomi Islam**

Telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Sarjana Program Strata Satu (S1) Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang dilaksanakan pada :

Hari : **Senin**  
Tanggal : **15 Desember 2014 M**  
Bertepatan : **22 Safar 1436 H**

Sehingga dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sajana Ekonomi Syariah (SE.Sy).

Pekanbaru, Januari 2015



**DR. H. AKBARIZAN, M.Ag, M.Pd**  
NIP. 19711001199503 1 002

### PANITIA UJIAN SARJANA

Ketua

**Drs. H. AHMAD DARBI B., M.Ag**  
NIP. 19530308 198303 1 003

Sekretaris

**ISMARDI, M.Ag**  
NIP. 19720308 200312 1 003

Penguji I

**DR. H. HELMI BASRI, LC, MA**  
NIP. 19730823 200112 1 004

Penguji II

**KHAIRUL AMRI, M.Ag**  
NIP. 19740704200601 1 003

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Penerapan Strategi Harga Promo terhadap Diferensiasi Produk Antara Produk Privat Label Dan Produk Non Privat Label**”. Adapun Pokok Permasalahan dalam Skripsi ini adalah Penerapan Strategi Harga Promo Terhadap Diferensiasi Produk Antara produk *Privat Label* dan produk *Non Privat Label* Serta pandangan Konsumen GIANT terhadap Penerapan Strategi Harga Promo tersebut dan pandangan Ekonomi Islam terhadap hal tersebut. Dengan diketahuinya ketiga pokok permasalahan ini, maka tujuan dari penelitian ini akan tercapai.

Subjek penelitian ini adalah pelanggan setia GIANT yang terlibat dalam praktek jual beli di GIANT dan Pegawai GIANT yang sekaligus menjadi populasi dan sampel dalam penelitian ini. Populasi Pegawai GIANT sebanyak 87 orang dan 30 orang responden. Metode yang digunakan adalah dengan *Purposit Sampling* untuk pegawai GIANT dan *Random Purposit Sampling* pada konsumen (responden) GIANT. Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah strategi penerapan Harga Promo Terhadap Diferensiasi Produk antara produk *Privat Label* dan Produk *non privat label* di GIANT JL. H.R Soebrantas Panam Pekanbaru.

Hasil dari penelitian tentang Strategi Penerapan Harga Promo Terhadap Diferensiasi Produk antara produk *Privat Label* dan Produk *non privat label* di GIANT adalah adanya penerapan harga promo yang setiap hari dilakukan dengan berbagai sosialisasi yang dilakukan untuk menginformasikan kepada konsumennya. Strategi ini berdampak positif terhadap minat beli konsumen GIANT serta perolehan margin yang diperoleh perusahaan. Walaupun besaran margin yang diperoleh perusahaan tidak ditentukan oleh harga yang paling murah, karena adanya perhitungan biaya (beban) yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan harga promo. Margin dapat dengan optimal dan efektif jika mendapatkan respon yang baik dan habis terjual oleh konsumennya.

Tinjauan hukum Islam terhadap hal ini adalah secara produk yang dijual di GIANT merupakan produk yang halal dan tidak menimbulkan kemudharatan bagi konsumennya, tidak menimbulkan monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat serta tidak ada unsur gharar didalam harga karena selain produk ini termasuk dalam (harta mitsli) dalam kajian fiqh muamalah juga kejelasan dan transparansi terhadap harga yang disosialisasikan pihak GIANT dengan berbagai media baik media iklan, pemberitahuan SMS kepada pelanggan setianya, katalog atau majalah maupun papan informasi yang ada pada setiap produk, hal ini untuk menginformasikan tentang harga baik produk promo ataupun produk lainnya yang sedang tidak promo, sehingga dalam hal ini tidak menimbulkan unsur jahalah (ketidaktahuan), tadhlis (penipuan) maupun gharar (ketidakjelasan) terhadap harga maupun produk GIANT itu sendiri.

**Keyword : Diferensiasi Produk, Privat Label, dan Non Privat Label**

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kita kehadirat Allah SWT yang telah memberi nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan, sehingga penulis diberikan kekuatan serta kesehatan dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul, “Penerapan Strategi Harga Promo Terhadap Differensiasi Produk Antara *Privat Product* Dan *Non Privat Product* Di Giant Panam Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam” ini dapat diselesaikan sesuai yang diharapkan sebagaimana mestinya tanpa ada suatu hambatan apapun.

Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk ke dalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa’at beliau di hari akhir kelak, amin.

Dala penulisan skripsi ini penulis menyadari ada kelebihan dan ada kekurangan, kalau terdapat kebenaran dalam skripsi ini maka kebenaran itu berasal dari Allah SWT. Namun kalau dalam skripsi ini terdapat kesalahan maka itu datangnya dari penulis sendiri. hal ini tidak lain karena kemampuan, cara berfikir dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan dikemudian hari. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimah kasih yang

tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini yaitu kepada :

1. Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa mendo'akan, memotivasi dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus dukungan moril maupun materil serta memberi semangat kepada ananda yakni Ayahanda Suwarno dan Ibunda Wagiyem yang selalu hidup dihati sunubari ini serta adik-adik ku yang tersayang Joko Hadi Purnomo, Liza Darmaini, Nabila Aulia Tasya dan Nadien dzakiyyah Natasha.
2. Bapak Prof. DR. H.Munzir Hitami, M.A. selaku Rektor UIN SUSKA Riau dan seluruh citivis akademika UIN SUSKA Riau.
3. Bapak DR. H. Akbarizan, M.A., M. Pd selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum.
4. Ibu DR. Hertina, M. Pd selaku pembantu Dekan 1, bapak Muhammad Kastulani, SH., MH selaku Dekan II, dan bapak Ahmad Darbi B, M. Ag selaku Pembantu Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi.
5. Bapak Mawardi, S. Ag., M. Si dan bapak Darmawan Tia Indrajaya, M. Ag selaku ketua jurusan dan sekretaris jurusan Ekonomi Islam, serta Bapak Ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
6. Bapak Bambang Hermanto, M.A. selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, memper.baiki dan menyempurnakan materi dan

sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Bapak M.Abdi al-Matsur,M.Ag. selaku Pembimbing Akademik yang memberikan nasehat dalam masa perkuliahan.
8. Bapak Ahmad Adri Riva'i, M.Ag, Bapak Prof.Dr.Akhmad Mujahidin,M.Ag, Bapak Zulfahmi,M.ag serta dosen-dosen lain yang mohon maaf tidak dapat tersebutkan semuanya, yang telah membimbing, memberikan arahan serta ilmu yang sangat bermanfaat dalam masa perkuliahan.
9. Bapak Amri Rahman selaku Divisi Manajer Grocery, Ibu Rani Noviurti selaku Divisi Harian, Ibu May selaku HRD serta seluruh pihak GIANT Panam yang telah membantu pemberian data dan informasi dalam penulisan skripsi. Serta konsumen-konsumen GIANT Panam yang telah membantu penulis meluangkan waktunya dalam pengumpulan data.
10. Kepada Bapak Ibu pengelola perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Hukum serta pengelola perpustakaan UIN Suska Riau, terimah kasih atas peminjaman buku sebagai referensi bagi penulis.
11. Kepada sahabatku teristimewa buat FK.MASSYA, SCEI/FOSSEI , KAMMI, FKII ASY-SYAMS, Serta sahabat terbaikku buat Diani Mairiza, Mailisa, Ulifata Ni'mah, Nurul Qamar, Raudhatul Hasanah, Amelia iis Susanti, serta untuk sahabatku yang mohon maaf tidak dapat kusebutkan semuanya yang telah banyak memberikan dukungan dan membantu.
12. Sahabat-sahabat seperjuangan EI 3 angkatan 2010 serta teman-teman lain yang banyak membantu penulis dalam penyusunan dan pengumpulan data skripsi ini dan juga yang tidak henti-hentinya memberi motivasi, serta moril maupun materil.

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

*Wabillahitaufiq Walhidayah Wassalaamu ' alaikum Wr. Wb*

Pekanbaru, 24 November 2014

**FATMIANI**  
**NIM. 11025201437**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Metode Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II : GAMBARAN UMUM GIANT EKSPRES PANAM PEKANBARU</b>	
A. Sejarah berdirinya GIANT Ekspres Panam Pekanbaru .....	17
B. Kegiatan Usaha .....	23
C. Visi da Misi .....	24
D. Strutur Organisasi.....	26
<b>BAB III : TINJAUAN UMUM TENTANG PENERAPAN STRATEGI DIFFERENSIASI PRODUK TERHADAP HARGA PROMO ANTARA PRODUK <i>PRIVAT LABEL</i> DAN <i>NON PRIVAT LABEL</i></b>	
A. Pengertian Strategi .....	31
B. Pengertian Differensiasi Produk .....	32
C. Pengertian Harga .....	33
D. Pengertian Promosi .....	38

E. Pengertian Produk Privat Label dan Produk Non Privat Label.....	38
F. Mekanisme pasar dan Harga dalam islam.....	40
G. Pemikiran ilmuwan muslim terhadap permintaan dan penawaran harga di pasar .....	43
H. Mekanisme pasar dalam islam .....	48

#### **BAB IV: HASIL PENELITIAN**

A. Penerapan Strategi Differensiasi Produk Terhadap Harga Promo Antara <i>Privat Product</i> Dan <i>Non Privat Product</i> Di Giant Panam Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam.....	52
B. Analisis Perbandingan Harga dalam Strategi Differensiasi Produk terhadap harga promo di GINAT Panam Pekanbaru.....	70
C. Pandangan Ekonomi Islam terkait Strategi Differensiasi Produk Terhadap Harga Promo Antara <i>Privat Product</i> Dan <i>Non Privat Product</i> Di Giant Panam Pekanbaru.....	75

#### **BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	85

#### **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

#### **LAMPIRAN**