

BAB I

PENDAHULUAN

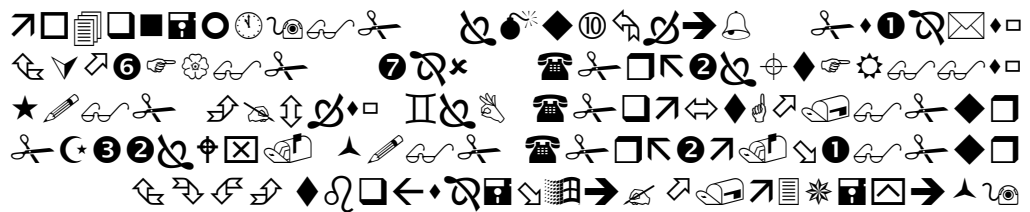
A. Latar Belakang Masalah

Salah satu usaha untuk mensejahterakan masyarakat adalah dengan adanya *home industry*(industri rumah tangga).*Home industry* adalah kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan.*Home industry* juga merupakan wadah bagi sebagian besar masyarakat yang mampu tumbuh dan berkembang secara mandiri dengan memberikan andil besar serta menduduki peran strategis dalam pembangunan ekonomi.

Tumbuhnya industri rumah tangga di pedesaan akan meningkatkan ekonomi desa dengan berbagai macam kegiatan usaha dan keterampilan masyarakat. Hal ini akan memberikan kemajuan yang sangat penting bagi kegiatan pembangunan ekonomi pedesaan.

Dalam proses pengembangan industri, industri di pedesaan sangat diperlukan dalam upaya untuk meningkatkan nilai tambah yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan. Pertumbuhan industri kecil mempunyai peranan penting dalam menunjang laju pertumbuhan ekonomi daerah, dan perkembangan industri kecil terus bertambah sejalan dengan perkembangan pembangunan. Perkembangan sektor industri dalam pembangunan di Indonesia tidak terlepas dari peranan dan keberadaan industri kecil dan kerajinan rakyat, yang secara historis kehadirannya jauh lebih dahulu dibandingkan industri manufaktur maupun industri modern. Meskipun penghasilan industri kecil pada umumnya masih tergolong rendah, namun

eksistensinya tidak dapat diabaikan.¹Ini diisyaratkan dalam Al-Qur'an, Allah SWT, berfirman:



Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung” (Q.S Al-Jumu’ah ayat 10).²

Ayat ini mendorong manusia untuk berusaha mencari rezki yang halal dan apapun pekerjaan yang menyangkut duniawi, tetap harus meninggalkannya jika mendengar panggilan azan shalat Jum’at dan segera melaksanakan shalat Jum’at. Perintah ini menunjukkan pentingnya menyeimbangkan urusan duniawi dan ukhrawi. Dalam Islam, boleh mengejar kehidupan duniawi dan mencari karunia Allah SWT sebanyak mungkin tetapi tidak boleh terlena sehingga lupa pada kehidupan akhirat serta melakukannya dengan cara yang benar. Dengan demikian, Allah SWT pun akan meluaskan rezeki dan memberikan keberuntungan yang berlipat ganda. Salah satucara mencari rezeki yang diridhoi Allah SWT yang bisa bermanfaat bagi manusia dan masyarakat adalah dengan melalui *home industry*.

Home industry merupakan salah satu bagian dalam dunia perdagangan. Dalam Islam perdagangan mesti memiliki moral. Rasulullah SAW secara jelas telah memberi contoh tentang sistem perdagangan yang bermoral ini. Yaitu perdagangan yang jujur, adil, tidak merugikan kedua belah pihak,

¹Fachri Yasin, *Agribisnis Riau Perkebunan Berbasis Kerakyatan*, (Pekanbaru: UNRI Perss, 2003), h. 168.

²Depag, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan*, (Depog: Cahaya Qur'an. 2008).

seperti perdagangan yang mengandung ketidakjujuran, pemaksaan atau penipuan serta menimbun barang dengan mengorbankan kepentingan orang banyak, mencegat penjual dalam perjalanan menuju pasar, menyembunyikan informasi untuk keuntungan lebih besar serta mengurangi timbangan dan sebagainya adalah haram.³ Perdagangan adalah sebuah proses terjadinya pertukaran sebagai keuntungan tanpa melakukan penekanan yang tidak dihalalkan atau penipuan terhadap kelompok lain.⁴

Dalam perdagangan dikenal istilah harga. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan perdagangan. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.⁵ Harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya suatu produk dalam perdagangan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya. Harga merupakan salah satu unsur dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan penjualan barang dan jasa, oleh karena harga yang ditetapkan penjual harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen.⁶

Menurut Batsu Swasta dan Irwan harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan

³Sayid Sabiq, *Fiqih Sunnah*, (Jakarta: Darul Fath, 2004), Cet. Ke-1, h.1.

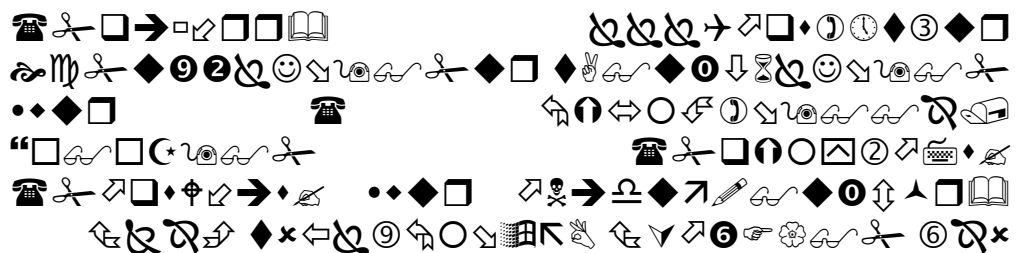
⁴A. Rahman I. Doi, *Penjelasan Lengkap Hukum-Hukum Allah (Syari'ah)*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 445.

⁵Kotler & Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), Edisi 8, h. 439.

⁶Kurnia Saifullah, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), Cet Ket-1, h. 24

sejumlah kombinasi dari produk pelayanannya. Terdapat berbagai macam istilah untuk penyebutan harga. Perbedaan penyebutan istilah tersebut menyesuaikan kepada situasi dan tempat.⁷ Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahal nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Untuk menentukan suatu harga produk perlu terlebih dahulu membandingkan antara harga produk yang akan dipasarkan dengan harga produk yang dijual oleh perusahaan lain. Artinya, perusahaan perlu selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.⁸

Dalam penentuan harga, Islam tidak menginginkan timbulnya aniaya terhadap penjual maupun pembeli. Bahkan Rasulullah SAW menggolongkan kepada riba penjualan yang terlalu mahal yang melebihi kepercayaan para konsumen.⁹ Ini juga terisyarat dalam Surat Hud ayat 85:



Artinya: "Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan".¹⁰

⁷Batsu Swasta dan Irwan, *Manajemen Pemasaran Modren*, (Jogjakarta: Liberty, 2005), Cet. Ke-2, h. 124.

⁸Pandjin Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), Cet. Ke-3, h. 221

⁹Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), Cet. Ke-3, h. 221.

¹⁰Depag, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan*, (Depag: Cahaya Qur'an. 2008).

Ayat di atas menjelaskan larangan merugikan hak orang lain termasuk dalam masalah penentuan harga. Dalam penentuan harga diharapkan tidak ada yang dirugikan terutama berkaitan dengan harga yang diberikan. Antara takaran dengan harga yang ditawarkan haruslah sesuai dan berlaku adil serta jujur dalam urusan takaran, timbangan, maupun harga sehingga antara penjual dan pembeli sama-sama mendapatkan manfaat dari transaksi yang terjadi.

Masih banyak masyarakat awam atau penjual yang tidak mengerti faktor apa saja yang harus diperhatikan dalam menentukan berapa besar keuntungan yang boleh diambil dalam perdagangan. Sehingga yang banyak terjadi adalah harga yang ditentukan sesuai dengan kemauan masing-masing individu tanpa melihat apakah keuntungan yang diambil dari barang yang dijual tersebut sesuai atau tidak menurut Islam.¹¹

Harga ditetapkan berdasarkan total biaya produksi plus keuntungan.¹² Harga wajar atau harga keseimbangan diperoleh dari interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran (suplai) dalam suatu persaingan sempurna. Penentuan harga merupakan strategi kedua dilakukan setelah strategi pemasaran dilakukan. Penentuan harga bukan suatu hal yang mudah untuk dilakukan karena keputusan tersebut akan mempengaruhi penjualan dan keuntungan.¹³ Untuk itu dibutuhkan strategi penentuan harga.

Strategi adalah suatu kerangka rencana dan tindakan yang disusun dan disiapkan dalam suatu rangkaian pentahapan yang masing-masing merupakan

¹¹Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), Cet Ke-3, h. 56.

¹²Muhandis Natadiwiryana, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Granada Press. 2007), h. 85.

¹³Sudono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), Cet ke-1, h. 222.

jawaban yang optimal terhadap tantangan-tantangan baru yang mungkin terjadi sebagai akibat dari langkah sebelumnya, dan keseluruhan proses ini terjadi dalam suatu arah tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.¹⁴Strategi penentuan harga adalah hal yang mendasar bagi keberhasilan tiap kegiatan bisnis. Bagi bisnis berskala kecil, menetapkan harga barang atau jasa yang baru adalah tanggung jawab utama yang harus ditangani dengan sangat teliti. Bagaimanapun juga, penjualan barang atau jasa sebuah perusahaan adalah sumber terbesar dari penerimaan, dan kemampuan para konsumen untuk melacak harga dan toko yang sebanding merupakan hal yang sedang mencapai puncaknya dalam abad informasi sekarang ini baik itu usaha kecil maupun usaha besar.¹⁵

Terdapat beberapa metode penentuan harga(*pricing method*), diantaranya yaitu:

1. Metode penentuan harga yang kompetitif (*competitive pricing method*), hal ini selalu berlaku dalam pasar barang dimana terdapat banyak produsen atau penjual.
2. Menentukan harga terobosan (*determine the breakthrough price*), cara ini dipakai ketika meluncurkan barang baru, yang menentukan harga pada tingkat yang murah/rendah dengan harapan dapat memaksimalkan volume penjualan.
3. Menetapkan harga berdasarkan permintaan (*demand based pricing*), cara ini dipraktekkan oleh perusahaan jasa.

¹⁴Lembaga Ketahanan Nasional (Lemhannas), *Kewiraan untuk Mahasiswa*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama anggota IKAPI, 1988), Cet. Ke-12, h. 130.

¹⁵Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, J. William Petty, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta : Salemba Empat, 2001), Edisi 1. h.379.

4. Kepemimpinan harga (*price leadership*), penentuan harga seperti ini berlaku untuk pasar oligopoli.
5. Menjual barang berkualitas dengan harga rendah (*selling good quality in low prices*), cara ini berlaku untuk menarik langganan.
6. Kebijakan harga tinggi jangka pendek (*high price of short term policy*), cara ini dilakukan ketika barang baru dikeluarkan dan karna belum ada persaingan.
7. Dengan penentuan harga semurah mungkin tapi tetap masih dalam kondisi menguntungkan.¹⁶

Penentuan harga tidak hanya ada pada produk-produk yang bernilai mahal ataupun pada perusahaan besar tetapi juga ada pada industri rumah tangga seperti industri rumah tangga kerupuk emping melinjo yang ada di Pasar InpresKecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar. Industri ini merupakan usaha kecil. Usaha kerupuk emping melinjo ini perkembangannya cukup baik. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya berdiri usaha penjualan kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar. Adapun jenis usaha kerupuk yang dijual oleh pengusaha bermacam-macam seperti kerupuk ubi, makaro, talas, kerupuk udang, potato, kerupuk kentang dan kerupuk emping melinjo.¹⁷

Dari beberapa kerupuk yang dijual di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang terdapat salah satu kerupuk yang sangat digemari konsumen yakni kerupuk emping melinjo. Kerupuk emping melinjo merupakan salah satu makanan yang terbuat dari buah melinjo yang berasal dari Jawa dan

¹⁶Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1987), Cet ke-2, h. 12.

¹⁷Wit Sholihin, Pengusaha Kerupuk Emping Melinjo, *Wawancara*, di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar tanggal 21 Januari 2015 Jam 10.15.

diolah oleh pengusaha yang berada di Padang serta didistribusikan hingga ke pengusaha kecil yang ada di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang.¹⁸

Namun, ketika produsen dari Padang menaikkan harga kerupuk emping melinjo maka pengusaha kecil juga harus menaikkan harga kerupuk emping melinjo tersebut sehingga pembeli pun mulai berkurang dan pendapatan pengusaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang mengalami penurunan. Pada saat kerupuk emping melinjo mengalami kenaikan, pengusaha tetap menjual dengan harga yang telah ditetapkan, karena pengusaha melihat bahwa kerupuk emping melinjo tersebut merupakan barang yang bersifat tahan lama. Begitu juga sebaliknya, ketika harga kerupuk emping melinjo turun atau murah maka konsumen pun banyak membeli kerupuk emping melinjo tersebut sehingga pendapatan pengusaha mengalami kenaikan dan modal yang dikeluarkan bisa terkumpul kembali.¹⁹

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kenaikan harga kerupuk emping melinjo yakni sistem alam atau cuaca. Proses pembuatan kerupuk emping melinjo dipengaruhi oleh sistem alam atau cuaca. Ketika musim hujan tiba maka pembuatan kerupuk akan mengalami penurunan karena pengusaha mengurangi pembuatan kerupuk emping melinjo agar kerupuk emping melinjo yang diproduksi tetap berkualitas namun, ketika musim kemarau tiba maka pembuatan kerupuk emping melinjo akan semakin meningkat dan harga kerupuk tersebut tergolong murah.²⁰

¹⁸Wit Sholihin, Pengusaha Kerupuk Emping Melinjo, *Wawancara*, di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar tanggal 21 Januari 2015 Jam 10.15.

¹⁹Wit Sholihin, Pengusaha Kerupuk Emping Melinjo, *Wawancara*, di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar tanggal 21 Januari 2015 Jam 10.15.

²⁰Wit Sholihin, Pengusaha Kerupuk Emping Melinjo, *Wawancara*, di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar tanggal 21 Januari 2015 Jam 10.15.

Strategi pengusaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar dalam menentukan harga dengan mempertimbangkan bahan mentah dari kerupuk melinjo itu sendiri, transportasi, dan pengeluaran tidak terduga dari pengiriman kerupuk tersebut dan mempertimbangkan minat beli konsumen terhadap kerupuk yang dijual.²¹ Harga dari kerupuk emping melinjo tidak ditentukan. “jika yang membelinya anak muda maka harga 1kg kerupuk emping melinjo sekitar Rp40.000 dengan modal Rp30.000, tetapi jika yang membelinya para kaum ibu maka harga kerupuk emping melinjo dinaikkan menjadi Rp50.000-Rp60.000 dengan modal Rp30.000”.²²

Hal tersebut juga dilakukan kepada bukan pelanggan, “jika yang membeli pelanggan tetap maka harga kerupuk emping melinjo dalam 1 ons sekitar Rp5.000, akan tetapi jika yang membeli bukan pelanggan atau tergolong orang luar maka harga kerupuk emping melinjo dijual dalam 1 ons Rp10.000-Rp15.000”.²³

Sedangkan dalam Islam transaksi harus ada kejelasan dan harus berdasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak. Dalam Islam adanya suatu harga yang adil (harga *equilibrium*) yaitu harga yang tidak menimbulkan dampak negatif (bahaya) ataupun kerugian bagi para pelaku pasar, baik dari sisi penjual maupun pembeli. Menurut Ibnu Taimiyah dalam kitabnya *al-Hisbah fi al-Islam*, sebagaimana yang dikutip oleh Euis Amalia dalam bukunya *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, menjelaskan:

²¹Wit Sholihin, Pengusaha Kerupuk Emping Melinjo, *Wawancara*, di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar tanggal 21 Januari 2015 Jam 10.15.

²²Hasil Pengelolaan *Observasi*, di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar tanggal 11 Februari 2015.

²³*Ibid.*

ومن هنا يتبين ان السعر منه ما هو ظلم لا يجوز و منه ما هو عدل خائز

Artinya: “*Dan dari sini jelaslah bahwa harga itu diantaranya ada yang zholim dan dia tidak diperbolehkan, dan ada juga harga yang adil dan dia diperbolehkan*”.²⁴

Lebih lanjut beliau menjelaskan tentang harga yang adil, yaitu:

فاذا كان الناس يبيعون سلعهم على الوجه المعروف من غير ظلم منهم وقد ارتفع الشيء واما لكثرة الخلق فهذه الى الله

Artinya: “*Apabila orang-orang memperjual belikan barang dagangannya dengan cara-cara yang bisa dilakukan tanpa ada pihak yang dizholimi, kemudian harga mengalami kenaikan karena kurangnya persediaan barang ataupun bertambahnya jumlah penduduk(permintaan) maka semata-mata karena Allah SWT*”.²⁵

Dari penjelasan berbagai pernyataan diatas dapat dipahami, bahwa kompensasi yang adil muncul karena adanya adat kebiasaan terhadap nilai harga sesuatu benda dan karena adanya aktivitas permintaan dan penawaran terhadap nilai harga benda. Harga yang zholim adalah apabila memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar dengan menaikkan harga produk di atas harga pasar.²⁶ Berdasarkan kondisi ini menimbulkan pertanyaan bagaimana strategi mereka dalam menentukan harga dan apakah hal tersebut dibolehkan dalam Islam? Ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Strategi Penentuan Harga pada Usaha Kerupuk Emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar Ditinjau Dari Ekonomi Islam”**.

²⁴M. Ishak, *Konsep Ekonomi*, (Jogjakarta, Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam Universitas Jogjakarta, 2003), h. 331

²⁵Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2010), h. 210.

²⁶Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 56.

Penelaahan tentang strategi penentuan harga ini dirasakan penting karena strategi penentuan harga ini sangat menentukan keberhasilan dalam berwirausaha. Sementara itu dijadikannya pengusaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar sebagai sasaran penelitian, karena di samping belum banyaknya tulisan-tulisan berkembang dan berkaitan dengan hal tersebut, juga karena saat ini pengusaha kerupuk emping melinjo berkembang di mana-mana terutama di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar, yang letaknya pada daerah yang sedang berkembang pesat, jalur lalu lintas, dan karena perputaran ekonomi yang sangat baik.

Selanjutnya sebagaimana yang terungkap di atas, masalah-masalah yang terjadi pada pengusaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang, secara umum juga terjadi pada pengusaha kerupuk emping melinjo di pasar lainnya yang ada di Kecamatan Bangkinang maupun Kecamatan lainnya walaupun tidak secara keseluruhan.

Adalah sangat memungkinkan bahwa terdapat berbagai kesamaan dan perbedaan masalah pada pengusaha kerupuk emping melinjo di masing-masing pasar yang ada di Kecamatan Bangkinang atau Kecamatan lainnya. Namun, untuk menyederhanakan masalah, penelitian ini tidak diarahkan untuk meneliti berbagai perbedaan yang ada, tetapi akan dicari persamaan-persamaan yang mungkin terdapat pada pengusaha kerupuk emping melinjo di pasar lainnya yang ada di Kecamatan Bangkinang. Sebab, pada pengusaha kerupuk emping melinjo tersebut berdasarkan pengamatan yang dilakukan

tidak terdapat perbedaan-perbedaan yang cukup mendasar dengan pengusaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar.

B. Batasan Masalah

Karena begitu luasnya pembahasan ini maka dibatasi pada strategi penentuan harga pada usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar ditinjau dari ekonomi Islam, selain itu tidak dibahas.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dilakukan penelitian dengan menitikberatkan kepada pokok permasalahan, yaitu bagaimana strategi penentuan harga pada usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar ditinjau dari ekonomi Islam. Untuk mencapai hasil yang diharapkan, maka penelitian ini dibatasi kepada beberapa sub masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penentuan harga pada usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar ?
2. Bagaimana pandangan Islam terhadap strategi penentuan harga pada usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Dari Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi penentuan harga pada usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar.
- b. Untuk mengetahui pandangan Islam terhadap strategi penentuan harga pada usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar.

2. Manfaat Penelitian

- a. Untuk mendapatkan pengetahuan tentang strategi penentuan harga pada usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar.
- b. Untuk mendapatkan pengetahuan tentang pandangan Islam terhadap strategi penentuan harga pada usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar.

E. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Di antara para peneliti yang membahas tentang strategi penetapan harga adalah Miftahul Jannah dalam penelitiannya yang berjudul *Penerapan Tarif Angkutan Bendi di Kota Wisata Bukittinggi Menurut Ekonomi Islam*. Dia menjelaskan bahwa penerapan tarif dalam angkutan bendi di Bukittinggi berbeda dengan tarif angkutan darat lainnya dan tarifnya tidak ditentukan seperti angkutan kota lainnya. Dimana penerapan tarif angkutan bendi di kota wisata Bukittinggi dilakukan dengan sistem tawar menawar yang dilakukan

oleh kusir dengan penumpang yang berdasarkan azas permintaan dan penawaran dan telah sesuai dengan pasar Islami. Di dalam penerapan tarif angkutan bendi di kota wisata Bukittinggi terjadi ketidakjelasan ongkos rute jalurnya, karena tidak ada peraturan daerah yang mengaturnya, namun Islam tidak melarang terjadinya hal tersebut dikarenakan bendi merupakan angkutan yang sudah jarang ditemukan sedangkan permintaan terhadap bendi banyak inilah yang disebut dengan pasar *monopolistic*.²⁷

Adapun dalam penelitian ilmiah Kamalia yang berjudul *Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Asongan di Pelabuhan Sungai Duku Pekanbaru)* dijelaskan bahwa mekanisme penetapan harga pedagang asongan di pelabuhan Sungai Duku menetapkan harga yang lebih tinggi dari harga pasar padahal pembeli yang berada di Pelabuhan Sungai Duku butuh makanan atau minuman yang dijual untuk bekal dalam perjalanan, dan adakalanya barang atau makanan yang dijual sudah tidak layak konsumsi lagi tapi tetap dijual dengan harga tinggi.

Dalam pandangan ekonomi Islam harga hanya bisa diatur bila kondisi pasar tidak memungkinkan adanya keadilan bagi kedua belah pihak. Kasus yang terjadi di Pelabuhan Sungai Duku ini yakni menjual diatas harga pasar dengan memanfaatkan situasi disaat pembeli sedang butuh, hal ini bertentangan dengan etika bisnis dalam Islam karena disini terdapat unsur menzalimi salah satu pihak yakni pembeli.²⁸

²⁷Miftahul Jannah, *Penerapan Tarif Angkutan Bendi di Kota Wisata Bukittinggi Menurut Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Skripsi, 2013).

²⁸Kamalia, *Mekanisme Penetapan Harga dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Asongan di Pelabuhan Sungai Duku Pekanbaru)*, (Pekanbaru: Skripsi, 2011).

Dalam penelitian ilmiah Sarwedi Rambe yang berjudul *Penetapan Harga Produk Pada PT. Herbal Penawar Alwahida (HPA) Indonesia Cabang Pekanbaru Ditinjau Menurut Fiqih Muamalah* dijelaskan bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh PT. HPA Indonesia Cabang Pekanbaru adalah suatu penetapan harga yang sudah sesuai dengan syari'at Islam (adil) merupakan adil bagi para pedagang berarti barang-barang dagangan mereka tidak dipaksa untuk dijual pada tingkat harga yang dapat menghilangkan nilai keuntungan normal. Karena adanya keseimbangan harga pasar yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.²⁹

Dalam penelitian ilmiah Muzainah yang berjudul *Kontribusi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Menurut Ekonomi Islam (Studi Wanita Pedagang Kaki Lima di Pasar Inpres Kaki Lima)* dijelaskan bahwa kontribusi wanita pedagang kaki lima pasar Inpres Bangkinang terhadap pendapatan keluarga adalah membantu suami, mengembangkan karier, membantu memenuhi kebutuhan pribadi dan anak-anak, meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga dan mengatur keuangan keluarga, faktor penyebab wanita beprofesi sebagai pedagang kaki lima, yaitu tidak terpaksa, kurangnya penghasilan keluarga, dan mendapat izin suami. Menurut ekonomi Islam kontribusi wanita pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan keluarga tidak ada permasalahan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya tindakan pedagang yang tidak bertentangan dengan syarat-syarat wanita karier menurut hukum syar'i. Adapun kontribusi dalam

²⁹Sarwedi Rambe, *Penetapan Harga Produk Pada PT. Herbal Penawar Alwahida (HPA) Indonesia Cabang Pekanbaru Ditinjau Menurut Fiqih Muamalah*, (Pekanbaru: Skripsi, 2012).

pandangan Islam, yaitu meningkatkan pendapatan dana membantu keuangan ekonomi rumah tangga, meningkatkan pergaulan yang harmonis, dan meningkatkan pendapatan keuangan negara.³⁰

Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam bukunya *Prinsip-Prinsip Pemasaran* menjelaskan bahwa harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan semua elemen lainnya melambangkan biaya serta satu dari elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel.³¹

Menurut David W. Cravens, dalam bukunya *Pemasaran Strategis*, dijelaskan langkah-langkah penting dalam memilih strategi penetapan untuk sebuah produk adalah menetapkan satu atau lebih tujuan penetapan harga memberikan suatu kerangka acuan untuk pengembangan strategi. Kemudian, perlu dianalisis situasi penetapan harga dengan mempertimbangkan permintaan, biaya, persaingan dan kekuatan-kekuatan hukum dan etis.³²

Dari penelaahan terhadap karya-karya di atas, terlihat bahwa penulis telah berusaha untuk mengungkapkan berbagai hal yang berkaitan dengan persoalan strategi penetapan harga, khususnya tentang usaha yang dijalani. Akan tetapi strategi penentuan harga pada usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar ditinjau dari

³⁰Muzainah, *Kontribusi Pedagang Kaki Lima dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Menurut Ekonomi Islam (Studi Wanita Pedagang Kaki Lima di Pasar Inpres Kaki Lima)*, (Pekanbaru: Skripsi, 2012).

³¹Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), Edisi 12, h. 345.

³²David W. Cravens, *Pemasaran Strategis*, (Jakarta: Erlangga, 1996), Edisi 4, h. 57.

ekonomi Islam, sepanjang pengetahuan penulis, belum diteliti orang. Berdasarkan fakta-fakta itulah, dilakukan penelitian tersebut.

F. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun penelitian ini bersifat lapangan yang dilakukan di Pasar InpresKecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar, karena daerahnya strategis. Terletak pada daerah yang sedang berkembang pesat, jalur lalu lintas, dan karena perputaran ekonomi yang sangat baik.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Sebagai subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha kerupuk emping melinjo yang ada di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar.
- b. Sebagai objek dari penelitian adalah strategi penentuan harga pada usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar ditinjau dari ekonomi Islam.

3. Populasi dan Sampel

Untuk data populasi usaha kerupuk emping melinjo ini dikarenakan tidak adanya data yang jelas di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar, maka tidak ditemukan jumlah pastinya. Namun, berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, ditemukan data populasi usaha kerupuk emping melinjo sebanyak 20 orang. Untuk sampel penulis mengambil seluruh pengusaha kerupuk

emping melinjo dengan metode *total sampling* yaitu dengan memakai seluruh populasi dalam pelaksanaan penelitian.³³

4. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian adalah:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner dan juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.³⁴Sumber dari data primer adalah pengusaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar.
- b. Data sekunder, yaitu data yang tidak berhubungan langsung dengan responden dan merupakan data pendukung bagi peneliti, yaitu berupa data yang diambil dari beberapa buku dan dokumen yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.³⁵

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Observasi, yaitu penulis melakukan pengamatan langsung terhadap kejadian yang berhubungan dengan masalah tersebut.³⁶
- b. Wawancara, yaitu tanya jawab langsung sambil bertatap muka antara pewawancara dengan pengusaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar.³⁷

³³Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1989), h. 152. Lihat juga Etta Mamang Sangadji, *Metodologi Penelitian : Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2010), Ed 1, h. 186.

³⁴V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), Ed 1, Cet ke-1, h. 73.

³⁵Etta Mamang Sangadji, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2010), Ed 1, h. 190.

³⁶Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1996), Cet-7, h. 125.

³⁷Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2008), Ed 1, Cet, 2, h. 108.

- c. Kuesioner, yaitu memberikan daftar pertanyaan kepada responden dalam bentuk angket serta beberapa alternatif pilihan jawaban.³⁸
- d. Studi kepustakaan, yaitu penulis mengambil buku-buku referensi yang ada kaitannya dengan persoalan yang diteliti.³⁹
- e. Dokumentasi, yaitu sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi serta mengumpulkan data-data yang ada dalam masalah penelitian.⁴⁰

6. Analisa Data

Dalam penelitian ini penulis melakukan analisis deskriptif kualitatif yaitu setelah semua data berhasil dikumpulkan, maka penulis secara rinci dan sistematis dapat menggambarkan secara utuh serta dipahami untuk diambil suatu kesimpulan.⁴¹

7. Teknik Penulisan

Setelah data-data terkumpul, selanjutnya penulis menyusun data tersebut dengan menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Deduktif yaitu uraian yang diambil dengan menggunakan kaedah-kaedah umum dianalisis dan diambil kesimpulan secara khusus.⁴²
- b. Induktif yaitu mengungkapkan serta mengetengahkan data khusus, kemudian data-data tersebut diinterpretasikan sehingga dapat ditarik kesimpulan secara umum.
- c. Deskriptif yaitu menggunakan uraian atas fakta yang diambil dengan apa adanya.

³⁸Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), Ed 1 Cet. 1, h.139.

³⁹Emzir, *Analisis Data : Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), Ed. 1 Cet. 1, h.14.

⁴⁰*Ibid.*, h. 141 ; lihat juga Lexy J. Moleong, *op. Cit.*, h. 160.

⁴¹Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif – Kualitatif*, (Yogyakarta: UIN-MALIKI press, 2010), Cet. 2, h. 352.

⁴²Burhan Bungin, *op. cit.*, h. 26.

G. Sistematika Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, jumlah bab yang digunakan adalah sebanyak lima bab. Untuk lebih jelas dan mudah dipahami maka penulis memaparkan sistematika penulisan ke lima bab tersebut yaitu:

Bab pertama memaparkan pendahuluan yang mengandung latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Dalam bab ini secara umum dibicarakan tentang permasalahan strategi penentuan harga dalam Islam dan secara khusus adalah strategi penentuan harga pada usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar ditinjau dari ekonomi Islam. Gambaran umum tentang usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar akan dijelaskan pada bab dua.

Dalam bab kedua ini akan diuraikan tentang gambaran umum Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar yang meliputi letak geografis dan demografis, sejarah dan perkembangan, visi, misi dan moto, serta struktur organisasi. Sebagaimana dibicarakan dalam bab 1 para pengusaha kerupuk emping di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang juga akan menghadapi penentuan harga yang membutuhkan strategi penentuan harga. Strategi penentuan harga dalam Islam akan dijelaskan pada bab tiga.

Dalam bab ketiga ini akan diuraikan tentang pengertian strategi penentuan harga, dasar strategi penentuan harga, pandangan ulama tentang penentuan harga, dan strategi penentuan harga dalam Islam. Strategi penentuan harga pada usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres

Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar ditinjau dari ekonomi Islam akan dijelaskan pada bab empat.

Bab keempat ini akan diuraikan tentang strategi penentuan harga pada usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar, dan pandangan Islam terhadap strategi penentuan harga pada usaha kerupuk emping melinjo di Pasar Inpres Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar. Kesimpulan dan saran akan dijelaskan pada bab lima.

Bab lima ini akan diuraikan kesimpulan dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian serta saran-saran yang diperlukan dalam upaya kesempurnaan. Selanjutnya diikuti oleh daftar kepustakaan yang dijadikan sumber dalam pembahasan ini dan juga beberapa lampiran.