

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

**STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PAKAIAN BEKAS *IMPORT* DI PASAR SENAPELAN
PEKANBARU PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Ditujukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri
Sultan Syarif Kasim Riau



OLEH:

FATIHA TUL ARSY

11725102899

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
PEKABARU-RIAU
1444 H/2023 M**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pakaian Bekas *Import* Di Pasar Senapelan Pekanbaru Perspektif Ekonomi Islam**, yang ditulis oleh:

Nama : Fatihatul Arsy

NIM : 11725102899

Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Pekanbaru, 03 Maret 2023

Pembimbing 1

Pembimbing 2


Dr. Syahnawi, S.Ag, M.Sh
NIP.19730307 200701 1 032


Ahmad Adri Riva'i, M.Ag
NIP.19730223 199803 1 004



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN BEKAS IMPORT DI PASAR SENAPELAN PEKANBARU PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM** ditulis oleh:

Nama : Fatihatul Arsy
NIM : 11725102899
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Senin, 10 juli 2023
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

Pekanbaru, 10 Juli 2023

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Jenita, SE., MM

Sekretaris
Desi Devrika Devra, S.HI., M.Si

Penguji I
Dr. Rozi Andriani, S.E.Sy., M.E

Penguji II
Dr. Amrul Muzan, M.Ag



Mengetahui:
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. Mulkifin M.Ag
7410062005011005



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.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini


Nama : FATIHATUL ARSY
NIM : 11725102899
Tempat/ Tgl. Lahir : DABO SINGKEP/ 17 AGUSTUS 1999
Fakultas/Pascasarjana : SYARIAH DAN HUKUM
Prodi : EKONOMI SYARIAH
Judul Skripsi :
STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PAKAIAN BEKAS IMPORT DI PASAR SENAPELAN PEKANBARU
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 17 JULI 2023
membuat pernyataan


FATIHATUL ARSY
NIM : 11725102899

• pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



ABSTRAK

Fatihatul Arsy, (2023): *Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pakaian Bekas Import Di Pasar Senapelan Pekanbaru Perspektif Ekonomi Islam*

Penelitian ini dilatar belakangi oleh menurunnya volume penjualan pakaian bekas di Pasar Senapelan, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penetapan harga yang dilakukan oleh penjual pakaian bekas / *thrifting* dalam meningkatkan volume penjualan di Pasar Senapelan Kecamatan Senapelan menurut perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini berbentuk lapangan (*field Resaearch*) yang berlokasi di Pasar Senapelan Pekanbaru, metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan bersumber dari data primer yaitu data yang didapatkan dari penjual dari hasil wawancara dan data skunder yaitu data yang di peroleh dari referensi – referensi yang memiliki relevansi dengan permasalahan penelitian. Subjek penelitian di penelitian ini adalah para penjual yang menjual pakaian bekas saja dan informan yang di ambil dalam penelitian berjumlah 5 orang, analisis data menggunakan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian 1. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan di Pasar Senapelan Pekanbaru dapat diketahui bahwa para pedagang produk pakaian bekas di sana sudah sesuai dengan prosedur yaitu dengan menggunakan berbagai macam strategi penetapan harga seperti penetapan harga fleksibel, penetapan harga tunggal, dan *cost plus pricing*, dari ketiga strategi yang digunakan oleh penjual di pasar senapelan srategi yang efektif untuk meningkatkan volume penjualan adalah strategi penetapan satu harga dan diiringi dengan metode penggunaan media sosial dalam memperkenalkan produk agar lebih mudah dikenal dan dijangkau oleh konsumen/pembeli. 2. Dalam hal perspektif ekonomi Islam terhadap strategi penetapan harga pakaian bekas import di pasar Senapelan, penjual telah memenuhi syarat objek yang ditransaksikan seperti barang harus suci, barang harus memiliki manfaat, dan beberapa perspektif seperti harga *equilibrium* (harga yang adil), yaitu barang tidak ada kecacatan dan tidak melebihi lebihkan harga. *Ar-ridha* yaitu transaksi yang dilakukan atas dasar kerelaan antara kedua belah pihak, dan tidak adanya monopoli produk atau *ihtikar*. Kualitas barang dan kejujuran, memberikan keterangan atas kekurangan dan kerusakan pada produk yang masih bisa di tolerir oleh pembeli.

Kata Kunci : Penetapan Harga, Volume Penjualan, Ekonomi Islam.

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



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “*Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pakaian Bekas Import Di Pasar Senapelan Pekanbaru Perspektif Ekonomi Islam*”. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ke jalan dan arah yang lebih baik, dan meninggalkan 2 pedoman ke jalan yang benar yaitu, Al-Quran dan Sunnah.

Dengan terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari dukungan, perhatian dan bimbingan dari berbagai pihak baik moral dan materi, maka dari itu izinkan saya sebagai penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang terlibat:

1. Teristimewa untuk kedua orang tua saya Ibunda Laila Sari dan Ayahanda Amiruddin, yang cinta dan kasih sayangnya tiada tara, yang telah melahirkan dan membesarkan saya serta memberikan banyak kasih sayang begitu dalam yang tidak akan terlupakan, memberikan dukungan baik itu doa dan bantuan hingga akhir skripsi ini dikerjakan, semoga selalu dalam perlindungan Allah SWT, sehat selalu, murah rezeki, diberi kemudahan di dunia akhirat dan menjadi orang tua terbaik yang pernah ada.
2. Tak lupa pula yang tidak kalah istimewa untuk ama saya Marwani orang yang mengurus saya dari kecil, selalu sabar dan menyayangi saya layaknya anak sendiri, selalu memberikan nasihat untuk saya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru serta Civitas akademika Uin Suska Riau.
4. Bapak Dr. Zulkifli, M. Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, beserta Wakil Dekan I Bapak Dr. H. Erman, M. Ag., Wakil Dekan II Bapak Dr. H. Mawardi, M. Si., Wakil Dekan III Ibu Dr. Sofia Hardani, M. Ag., dan seluruh Bapak Ibu Dosen dan Pegawai Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan kemudahan dan nasihat-nasihat selama penulis melaksanakan perkuliahan dan memberikan ilmunya kepada penulis.
5. Bapak Muhammad Nurwahid, S. Ag., M. Ag., selaku kepala Jurusan Ekonomi Syariah dan bapak Syamsurizal, SE, M. Sc. Ak, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, yang memberikan saran serta dukungan dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak Dr. Heri Sunandar M.Ci selaku Penasehat Akademik yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi dan nasihat dalam penyusunan skripsi ini.
7. Dosen Pembimbing Skripsi Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag, M.Sh dan Bapak Ahmad Adri Riva'i, M.Ag yang telah membantu saya dalam memperbaiki dan memberi saran dan nasihat dalam penulisan penelitian yang telah saya laksanakan.
8. Saya juga berterimakasih kepada The Central Plaza dan PT. Peputra Maha Jaya, selaku tempat dan Pengurus dari penelitian saya dalam pengambilan dan pengolahan data.
9. Kepada keluarga besar penulis, Saudara, Sepupu, dan lainnya yang berada di Dabo Singkep Kabupaten Lingga yang selalu memberikan semangat serta Do'a

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Butuh lembar yang sangat banyak untuk berjuta nama yang tak tertulis, semoga Allah SWT memberikan balasan berupa pahala dan nikmat atas dukungan dan doa yang selama ini diberikan kepada penulis, Aamiin. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Namun, Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca agar bisa menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

Aamiin Allahumma Aamiin. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Pekanbaru, 14 Juli 2022

FATIHA TUL ARSY
NIM. 11725102899

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan masalah.....	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Konsep Teoritis	12
1. Strategi Penetapan Harga	12
2. Volume Penjualan	25
B. Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis dan Lokasi Penelitian.....	31
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	32
C. Informan Penelitian.....	32
D. Sumber Data.....	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.

Teknik Pengumpulan Data.....	33
Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Gambaran Umum Pasar Senapelan Pekanbaru	37
B. Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pakaian Bekas <i>Import</i> di Pasar Senapelan Pekanbaru.	41
Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Strategi Penetapan Harga Pakaian Bekas <i>Import</i> di Pasar Senapelan Pekanbaru	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran.....	56

DAFTAR PUSTAKA

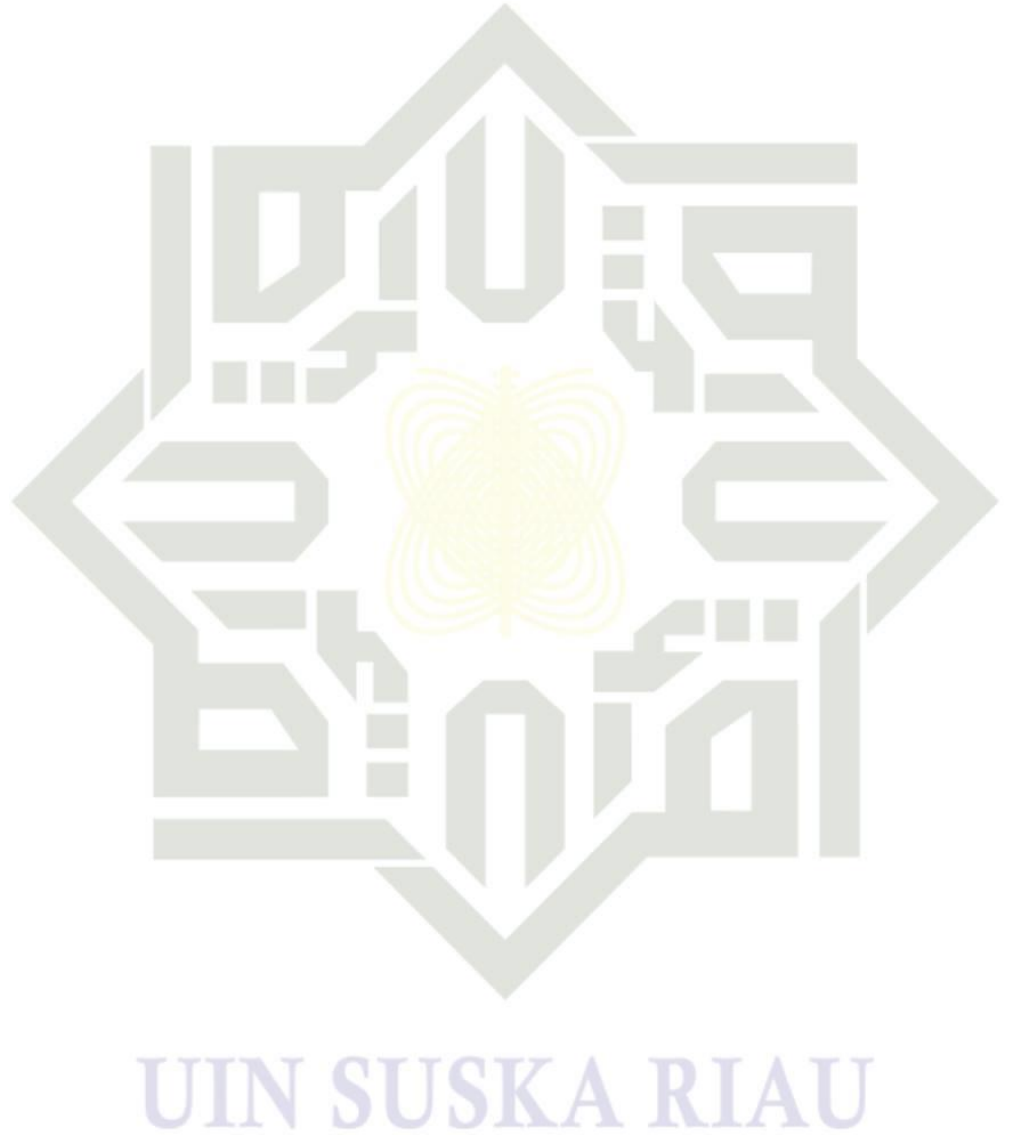
LAMPIRAN

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

Tabel 1. 1 Data Penjualan pada Tahun 2020-2021 di Pasar Senapelan Pekanbaru	7
Tabel 4. 1 Data Penjualan produk pakaian bekas/thrifting dari April 2022 sampai Januari 2023 di pasar Senapelan Pekanbaru.....	47



BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Berbelanja adalah suatu aktivitas yang biasa dilakukan oleh setiap orang. Bukan hanya perempuan, laki-laki pun juga melakukan aktivitas belanja. Belanja bisa dilakukan dimana saja, salah satu tempat umum untuk berbelanja ialah pasar. Pasar dalam pengertian konkret adalah tempat dimana pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan jual beli. Pasar dibedakan menjadi dua, yaitu pasar modern dan bukan pasar modern. Pasar modern terdiri dari *hypermarket*, *supermarket*, *minimarket*, swalayan dan *department store*, sedangkan yang termasuk bukan pasar modern adalah pasar tradisional, toko, pedagang keliling dan lainnya.

Pasar merupakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melalui interaksi aktual atau potensi mereka menentukan harga suatu produk atau serangkaian produk.¹ Semula pasar berarti suatu tempat dimana para penjual dan pembeli dapat bertemu untuk transaksi jual beli barang. Dalam ilmu ekonomi pasar biasanya terdapat beberapa aspek:²

- a. Suatu pertemuan
- b. Orang yang menjual
- c. Orang yang membeli
- d. Suatu barang atau jasa tertentu
- e. Dengan harga tertentu

¹ Robert.S Pindyck dan Daniel.L Rubinfeld, *Mikro Ekonomi Edisi Delapan* (Jakarta: Erlangga, 2012) h. 8.

² T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro* (Yogyakarta: Konisius, 2004) h. 109.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Perkembangan di bidang perekonomian selama ini telah membawa akibat yang cukup pesat dalam dunia usaha, maka dari itu timbul persaingan di antara usaha yang satu dengan yang lainnya. Baik itu penjualan barang yang sejenis maupun yang tidak sejenis. Dalam masa persaingan yang sangat ketat saat ini, menyadari pemasaran semata-mata tidak hanya melakukan proses penjualan saja, akan tetapi juga harus menuntut kejelian perusahaan dalam menerapkan suatu kebijakan yang akan dibuatnya. Dalam usaha persaingan tersebut, perusahaan perlu menerapkan berbagai konsep, strategi dan kebijakan pemasaran yang bertujuan agar produk yang dihasilkan tetap diminati oleh pasar. Semua organisasi laba dan nirlaba menetapkan harga atas produk atau jasa mereka.

Jual beli yang kita ketahui biasanya terjadi antara penjual dan pembeli yang berada pada satu tempat yang sama dan dalam waktu yang sama, terjadi interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli baik itu di pasar tradisional maupun pasar modern adalah bentuk transaksi perdagangan interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli tergolong dalam bentuk kerja sama³ untuk menyepakati suatu harga atas barang yang diperjual belikan. Namun pada zaman sekarang, jual beli tidak hanya bahan-bahan sembako saja yang bisa diperjual belikan di pasar akan tetapi, ada juga pasar yang khusus menjual baju, sepatu, tas, jaket dan lain-lain.

Umumnya harga ditetapkan oleh pembeli dan penjual yang saling bernegosiasi. Melalui tawar menawar akhirnya penjual dan pembeli akan sampai pada harga yang dapat diterima. Banyak faktor yang mempengaruhi kebijakan penentuan harga jual

³ Amestia Prasinata Pangabean, "Kualitas Interaksi Sosial Antara Penjual dan Pembeli", (Yogyakarta, 2017).

barang di suatu perusahaan. Menurut Tambunan (2003:262), faktor-faktor utama yang mempengaruhi penentuan harga seperti permintaan, data biaya, tujuan pendapatan dan laba, tindakan pesaing, peraturan pemerintah, jenis pasar, situasi perekonomian dan citra publik atas produk.⁴ Walaupun faktor-faktor non harga telah menjadi semakin penting dalam perilaku pembeli menentukan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci sebagai akibat dari berbagai hal seperti persaingan yang semakin ketat, rendah dan pertumbuhan ekonomi, dan peluang bagi suatu usaha untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan, dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan posisi merek.

Harga menjadi suatu ukuran bagi konsumen tatkala ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kapan yang diinginkan oleh konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik, maka tentunya harga barang tersebut adalah mahal. Sebaliknya apabila yang diinginkan oleh konsumen adalah barang dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik, maka harga barang tersebut adalah tidak terlalu mahal. Dikemukakan oleh Nawawi, dalam bauran pemasaran, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk, sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang

⁴ Henri Saragih, "Analisis Strategi Penetapan Harga dan Pengaruhnya pada Volume Penjualan" (Medan, 2015).

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.

maupun menggunakan suatu jasa. Dari kebiasaan para konsumen, strategi penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan⁵

Islam memberikan kebebasan dalam penentuan harga, yaitu apa yang di sepakati dalam mekanisme pasar. Pasar adalah tempat penentuan harga, artinya pihak mana pun tidak boleh mengintervensi harga di pasar.⁶ Dalam Pasar tersebut terdapat banyak praktik jual beli yang dilakukan, dari mulai berbagai objek yang berbeda hingga berbagai kualitas yang berbeda pula. Salah satu yang sedang marak saat ini adalah jual beli pakaian bekas yang dapat dengan mudah ditemukan di sekitaran Pekanbaru khususnya di pusat perbelanjaan Pasar Senapelan. Jual beli pakaian bekas pada dasarnya adalah untuk membantu seseorang dalam menjual pakaiannya yang sudah tidak terpakai lagi dengan dalih agar mendapatkan uang.

Gaya hidup juga bisa mempengaruhi seseorang untuk tidak bisa membedakan kebutuhan primer dan sekunder, seperti halnya ketika seseorang menjadikan sandang sebagai kebutuhan primer dari pada kebutuhan lainnya. Gaya hidup tidak tercipta dengan sendirinya karena gaya hidup merupakan hasil dari interaksi sosial seseorang dengan lingkungannya. Pada zaman yang modern ini kehidupan masyarakat sering kali berubah-ubah tanpa ada yang mengontrolnya. Masyarakat seperti di paksa menuju *post-modern* yang di iringi dengan perkembangan dan perubahan yang terjadi di masyarakat akibat dari konsumsi yang berlebihan. Salah satu perubahan sosial dalam kemajuan belakangan ini adalah berbagai gaya hidup

⁵ Tia Aprilia Susnita, "Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Bangunan Simpang Tiga Jaya Lemahsugih Majalengka", (Majalengka: 2021).

⁶ Heru Sudarso, *Konsep Ekonomi Islam*, Suatu Pengantar, Ed.1, Cet. Ke-3, (Yogyakarta: Ekhosia. 2004), h. 152.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

berpakaian. Pakaian bekas di Pasar Senapelan ini rata-rata berasal dari luar Negri, biasanya barang sampai ke *stand*/kios di antar oleh karyawan atau pedagang pakaian itu sendiri yang mengambilnya.

Praktik jual beli produk pakaian bekas di Pasar Senapelan ini bersifat untung-untungan karena pedagang yang membeli stok ini tidak bisa melihat kondisinya secara langsung. Kondisi bagus dan tidaknya hanya bisa dilihat ketika pakaian di keluarkan dari karung yang sudah datang ke tempat jualan mereka. Jika kondisinya bagus maka akan mendatangkan keuntungan untuk penjual, tetapi jika sebaliknya maka untungnya relatif kecil bahkan bisa mendatangkan kerugian.⁷

Harga adalah salah satu faktor penting bagi perusahaan, jadi perusahaan pertimbangkan dengan baik setiap keputusan terkait masalah harga, karena kesalahan dalam menetapkan harga akan mempengaruhi volume penjualan perusahaan. Dimana apabila harga yang ditetapkan terlalu mahal, maka akan terjadi kemungkinan penurunan pendapatan karena pelanggan akan mencari produk yang lebih murah harganya. Sementara Ferdinand (2005) menjelaskan bahwa harga merupakan salah satu variabel yang penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk karena berbagai alasan.⁸

Keuntungan yang bisa diperoleh jika perusahaan dapat mencapai volume penjualan yang maksimal. Volume penjualan merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap kebijakan laba bersih, sedangkan keuntungan

⁷ Ibu L.Sitanggang, Penjual Pakaian Bekas di Pasar Senapelan, *Wawancara pada tanggal 25 September 2022*.

⁸ Bida Sari dan Estu Mahanani, "Analisis Pengaruh Harga, Produk, Perilaku, Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian". (Jakarta:2017).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

atau laba merupakan sarana yang penting bagi hidup suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan harus berusaha untuk menciptakan volume penjualan yang menguntungkan. Semakin tinggi volume penjualan maka laba yang diperoleh semakin meningkat, dengan demikian perusahaan akan bertahan hidup, tumbuh dan berkembang lebih lanjut, serta tangguh dalam mengatasi pengaruh faktor-faktor lingkungan yang terus berubah.

Harga jual produk merupakan cara yang harus dilakukan pimpinan dengan berbagai cara atau metode, yang kesemuanya bertujuan agar produk-produk yang dipasarkan dapat dengan mudah disukai dan diterima oleh konsumen atau pembeli. Dalam tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor yang antara lain meliputi kondisi perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, biaya, tujuan manajer, persaingan.⁹ Harga suatu barang merupakan penentu bagi permintaan pasar. Oleh karena itu, harga dapat dipengaruhi oleh luasnya pangsa pasar atau besarnya volume penjualan dari produk yang dihasilkannya.

Saat ini praktik jual beli pakaian bekas seolah sudah menjadi trend karena banyak pula dari kalangan masyarakat yang melakukan jual beli pakaian bekas tersebut, sekilas harga produk pakaian bekas di Pasar Senapelan Pekanbaru dari *stand-stand* yang secara khusus untuk menjadi tempat penjualan seperti Baju kemeja Flanel kisaran Rp.75.000-Rp.120.000, Baju kaos Rp.50.000-Rp.150.000, Celana Rp.100.000-200.000, Sepatu Rp.85.000-Rp.270.000, Jaket Jins Rp.80.000-

⁹ Veroica Nugraheni Sri Lestari, *Analisis Faktor-Faktor Promosi Dalam Usaha Untuk Meningkatkan Volume Penjualan*, (Academia, Ed. 1. 2007), h. 76.

100.000, Jaket Gunung Rp.90.000-150.000. Beberapa barang dengan harga yang sedikit mahal biasanya dilihat dari Brand/Merek dan kondisinya.¹⁰

Sebutan lain dari produk pakaian bekas ini ialah *thrifting*, ini sebenarnya adalah sebutan masa kini dari kata barang bekas atau pakaian bekas. Pakaian bekas merupakan pakaian yang sudah pernah dipakai sebelumnya. Biasanya pakaian-pakaian bekas ini di impor dari luar negeri, yaitu dari Korea, Malaysia, dan Singapura¹¹. Namun praktik jual beli pakaian bekas ini belum ada kejelasan dalam mematok harga produknya, serta tidak terdapat aturan mengenai bagaimana pelaksanaannya sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mendapatkan kejelasan mengenai ketentuan strategi penetapan harga yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk pakaian bekas ini.

Berikut data dari hasil penjualan di pasar Senapelan Pekanbaru pada tahun 2020-2021 adalah:

Tabel 1. 1
Data Penjualan pada Tahun 2020-2021 di Pasar Senapelan Pekanbaru
Dalam satuan pieces

Bulan	Tahun 2020	2021
Januari	67 Pcs	31 Pcs
Februari	68 Pcs	43 Pcs
Maret	88 Pcs	53 Pcs
April	81 Pcs	45 Pcs
Mei	84 Pcs	59 Pcs
Juni	75 Pcs	56 Pcs

¹⁰ Ibu Ruth, Penjual pakaian bekas di pasar Senapelan, *Wawancara pada 25 September 2022*

¹¹ Anisaluana, "Bedanya Thrift, Thrifting, dan Thriftshop" (<https://www.hipwee.com/narasi/bedanya-thrift-thrifting-dan-thrift-shop/>) DiAkses pada 15 Juli 2021, pukul 23.06).

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.

Juli	60 Pcs	37 Pcs
Agustus	71 Pcs	48 Pcs
September	89 Pcs	46 Pcs
Oktober	74 Pcs	40 Pcs
November	81 Pcs	57 Pcs
Desember	82 Pcs	42 Pcs

Sumber data 2022

Data tabel di atas yang didapatkan penulis dari penjual¹² menunjukkan bahwa penjualan produk pakaian bekas di pasar Senapelan Pekanbaru dari tahun 2020 sampai 2021 mengalami penurunan, berdasarkan hasil observasi peneliti beberapa faktor yang dialami penjual seperti adanya persaingan harga yang ketat, produk *thrifting* ini produk yang mudah ditemukan di banyak tempat, seperti toko online, toko fisik, pasar loak, dan salah satunya seperti di pasar Senapelan ini. Tingginya kebutuhan konsumen akan produk murah, tidak heran jika kita ke pasar Senapelan begitu berdesak-desakkan, juga karena kondisi yang pernah dipakai sebelumnya atau bisa dibilang *secondary* produk dan kebutuhan konsumen akan produk yang murah dan terjangkau dan keterbatasan kualitas produk.

Oleh karena itu penelitian dapat dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi penetapan harga yang efektif dalam meningkatkan volume penjualan produk pakaian bekas import/*thrifting*. Hasil penelitian ini juga dapat membantu penjual untuk mengembangkan strategi penetapan harga yang tepat sesuai dengan kondisi pasar Senapelan saat ini.

¹² Data yang didapatkan Penulis Dari Ibu Ruth, Penjual Pakaian Bekas di Pasar Senapelan.

Adapun alasan yang mendasari penulis memilih judul ini yaitu, Pasar Senapelan yang merupakan pasar pusatnya para penjual pakaian bekas / *thrifting* di Pekanbaru tidak bisa dipungkiri bahwa para penjual lain selain di Pasar Senapelan juga mengambil stok baik itu pakaian, sepatu, celana, tas dan lain-lain di pasar ini.

Balok peneliti ini merupakan pijakan awal untuk mencoba memulai juga usaha menjual pakaian bekas sehingga bisa melihat bagaimana persaingan yang terjadi di pasar tersebut dan strategi apa yang tepat digunakan dalam menjual pakaian bekas.

Berdasarkan konsep dan latar belakang di atas, penulis memilih untuk mengangkat tema mengenai jual beli pakaian bekas dan tertarik untuk membahas lebih lanjut dalam sebuah penelitian dengan judul **“Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pakaian Bekas *Import* Di Pasar Senapelan Pekanbaru Perspektif Ekonomi Islam”**

B. Batasan masalah

Mengingat luasnya dan berbagai macam produk *thrift* yang di jual di pasar Senapelan, maka dalam penelitian ini peneliti membatasi ruang lingkungannya agar peneliti lebih fokus, terarah dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. Maka dibuat batasan masalah hanya pada bagaimana strategi penetapan harga pakaian bekas saja dalam meningkatkan volume penjualan di pasar Senapelan Pekanbaru.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Bagaimana strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pakaian bekas *import* di pasar Senapelan Pekanbaru?

2. Bagaimana perspektif ekonomi Islam terhadap strategi penetapan harga pakaian bekas *import* di pasar Senapelan Pekanbaru?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi apa yang digunakan dalam meningkatkan volume penjualan pakaian bekas *Import* di Pasar Senapelan Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui strategi penetapan harga dalam perspektif ekonomi islam terhadap pakaian bekas *import* di Pasar Senapelan Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penelitian ini juga untuk menambah pengetahuan dan wawasan pemahaman penetapan harga dalam *bermuamalah*, melalui terapan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta membandingkannya dengan fakta dan kondisi real yang terjadi di lapangan. Dan mengetahui lebih lanjut tentang strategi penetapan harga.

Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan khususnya bagi para peneliti selanjutnya sehingga dapat mengaplikasikannya secara efektif dan dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan.

c. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan manfaat bagi masyarakat secara umum dan khususnya bagi para masyarakat yang ingin memulai usaha menjual produk bekas *Import* sehingga dapat mengaplikasikannya secara efektif dalam *bermuamalah*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Konsep Teoritis

1. Strategi Penetapan Harga

a. Pengertian Harga

Walaupun cukup mudah didefinisikan, namun masih banyak hal-hal sederhana yang belum di pahami oleh masyarakat. Maksudnya banyak yang belum memahami makna harga, beberapa konsep yang saling berkaitan dengan teori ekonomi yaitu: harga (*price*), dan nilai (*utility*). Nilai adalah ukuran kuantitatif bobot dari sebuah produk yang dapat ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan manfaat atribut sebuah barang yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan keinginan. Berikut definisi harga menurut pendapat beberapa ahli:¹³

Menurut Michael J. Etzal, sebagaimana yang dikutip Danang Sunyoto, harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar. Di dalam ilmu ekonomi pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Menurut Indriyo Gitusudarmo, harga itu sebenarnya nilai yang di nyatakan dalam mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu.¹⁴ Jadi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa. Menurut Kotler,

¹³ Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis*, CAPS (Center for Academic Publishing Service), (Jakarta, 2013), h. 179-180.

¹⁴ *Ibid.*, h.180.

harga adalah sejumlah uang yang di bebaskan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Di perusahaan kecil, harga selalu ditetapkan oleh manajemen puncak.¹⁵ Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah uang yang diterima penjual dari hasil penjualannya baik itu barang atau jasa yang terjadi di perusahaan, usaha, atau bisnis, harga tidak selalu berpatokan dengan yang diinginkan penjual melainkan harga yang benar terjadi sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli.

1) Jenis-jenis harga

Banyak istilah dalam penyebutan harga pokok yang ditawarkan produsen kepada konsumen, berikut jenis-jenis harga yang dikenal pada suatu produk:¹⁶

a) Harga Daftar

Harga daftar adalah harga yang diberikan atau dipublikasikan, dari harga ini biasanya pembeli bisa mendapatkan potongan harga.

b) Harga Netto

Harga netto adalah harga yang harus dibayar, biasanya harga daftar yang dikurangi potongan atau kemurahan.

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.

¹⁵ Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran, Jilid I Edisi Indonesia*, (Jakarta: PT Prenhllindo, 2002), h.478.

¹⁶ Suhardi Sigit, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: 2000), h.185-186.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

c) Harga Zona

Harga ini adalah harga untuk daerah *zone* atau daerah geografis tertentu.

d) Harga Titik dasar (*Basing point price*)

Harga titik dasar adalah harga yang didasarkan atas titik lokasi tertentu. Jika digunakan hanya satu titik basis disebut *single basing point system*, disebut *multipel basing point system* apabila digunakan lebih dari satu titik basis.

e) Harga Stempel Pos (*postage stamp delivered price*)

Harga stempel pos adalah harga yang sama untuk semua daerah pasarnya, disebut juga harga *uniform*.

2) Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dengan memperoleh laba yang maksimal. Jadi menurut perusahaan menetapkan harga jual merupakan hal yang sanga penting karena penetapan harga jual merupakan suatu keputusan atau strategi dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Adapun definisi menurut para ahli mengenai harga jual yaitu: Hansen dan Moen mendefinisikan “harga jual merupakan jumlah moneter yang di bebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau

pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”¹⁷, menurut Mulyadi “pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh di tambah dengan laba yang wajar”¹⁸, Dapat disimpulkan bahwa harga jual merupakan harga yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentasi laba yang diinginkan perusahaan, salah satu cara yang tepat untuk menarik minat konsumen dengan menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat merupakan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan memberikan kepuasan bagi konsumen.

b. Metode Penetapan Harga

Metode penetapan harga adalah cara untuk menarik konsumen agar tertarik untuk memilih produk kita. Perusahaan akan memecahkan masalah penetapan harga ini dengan menggunakan metode penetapan harga. Menurut beberapa ahli ada beberapa metode penetapan harga biaya (*Cost oriented pricing*) dan metode penetapan harga pasar (*Market oriented pricing method*) yang dapat dilakukan dalam perusahaan, yaitu:

1) *Cost plus pricing*

Metode ini sangat sederhana dimana produsen menghitung biaya produksi yang dikeluarkan dan menambah presentase tertentu di

¹⁷ Hansen dan Mowen, *Manajemen Biaya Buku II Terjemahan Benyamin Molan*, (Jakarta: Salemba 4, 2001), h.633.

¹⁸ Mulyadi, *Akuntansi Manajemen Konsep Edisi 3*, (Jakarta: Salemba 4, 2001), h.273.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

markup untuk merealisasikan harga jual. *Mark up* adalah presentase keuntungan yang dihitung dari total biaya tetap dan biaya variabel¹⁹

2) *Mark Up Pricing*

Metode ini adalah metode penetapan harga yang berpedoman pada harga awal produk atau harga beli yang dijumlahkan dengan keuntungan. Dengan metode ini perusahaan biasanya menaikkan sekian persen dari harga beli produk berdasarkan penambahan biaya lain, sehingga keadaan harga masih bisa bersaing.

3) *Target Returning Pricing*

Metode ini merupakan metode penetapan harga produk yang dilakukan dengan cara menghitung harga yang akan ditetapkan untuk mencapai tingkat keuntungan yang akan diinginkan.

Berikut Metode penetapan harga: pasar (*Market oriented pricing method*)²⁰,

1) *Value Pricing*

Metode penetapan harga yang berorientasi pada persepsi pelanggan terhadap produk yang di pasarkan.

2) *Perceived-value Pricing*

Jika menggunakan metode ini perusahaan harus memperhatikan beberapa hal yang mampu mempengaruhi sudut pandang konsumen seperti kualitas produk, sistem distribusi, promosi dan sebagainya.

¹⁹ Admin Dua, "Metode Penetapan Harga Berdasarkan Biaya dan pasar", artikel dari <https://www.rusdionoconsulting.com/metode-penetapan-harga/>. Diakses pada 20 Februari 2022.

²⁰ *Ibid*, Diakses 20 Februari 2022.

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.

3) *Going-rate Pricing*

Metode penetapan harga yang satu ini mengharuskan perusahaan untuk meninjau harga yang dipasang oleh kompetitor, hal ini dilakukan agar perusahaan tidak kalah bersaing dengan perusahaan lain dan mampu bersaing dalam menarik perhatian konsumen.

4) *Auction type Pricing*

Pada zaman sekarang metode satu ini sangat sering digunakan oleh perusahaan. Metode yang dilakukan adalah menetapkan harga kontemporer seperti yang sering kita lihat di e-comers Shopee, Tokopedia, dan lain-lain.

5) *Differential Pricing*

Metode ini dapat ditetapkan ketika harga yang sudah ditetapkan berbeda, misalnya penetapan harga disesuaikan dengan perbedaan wilayah, waktu, produk, dan lain sebagainya.

c. Tujuan Penetapan Harga

Tujuan dari penetapan harga pada dasarnya ada empat jenis ialah sebagai berikut:²¹

1) Tujuan berorientasi pada laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah memaksimalkan laba, dalam persaingan global berbagai macam variabel yang berpengaruh

²¹ Jurnal Ilmiah, "Model dalam Strategi Penetapan Harga", (Jakarta: 2001) h.33-34.

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.

terhadap daya saing setiap perusahaan. Oleh karena itu ada perusahaan yang menggunakan pendekatan target laba yakni ada dua jenis target laba yang bisa digunakan, target margin dan ROI (*Return On Investment*).

2) Tujuan berorientasi pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang bisa dikenal dengan istilah *Volume pricing objective*, yang mana harga di tetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan.

3) Tujuan berorientasi pada citra

Citra (*Image*) dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk mempertahankan citra prestisius. Sementara harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*Image of value*), misalnya dapat menjamin harganya merupakan harga yang terendah di suatu daerah tertentu. Pada hakikatnya baik itu penetapan harga yang tinggi maupun rendah sebenarnya bertujuan untuk menarik dan meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan produk yang ditawarkan.

4) Tujuan stabilisasi harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila salah satu penjual menurunkan harganya, maka para pesaingnya

harus menurunkan harganya pula. Kondisi seperti ini mendasari terbentuknya stabilisasi harga dalam industri-industri tertentu. Tujuan stabilisasi harga dilakukan agar tidak terjadinya inflasi dan mempertahankan hubungan antara harga suatu perusahaan dengan pemimpin industri.

Menurut Indriyo Gitosudarmo, yang dikutip oleh Asri Nur Muin, adapun tujuan penetapan harga sebenarnya ada bermacam-macam yaitu:²²

- 1) Mencapai target pengembangan investasi atau tingkat penjualan neto suatu perusahaan.
- 2) Alat persaingan terutama untuk perusahaan yang sejenis.
- 3) Memaksimalkan profit.

Berdasarkan uraian di atas, untuk mencapai tujuan penetapan harga tersebut ada beberapa faktor penentu harga yang perlu dipertimbangkan seperti, mengenal permintaan produk dan persaingan, target pasar yang ingin diraih dan dilayani, *Marketing mix* strategi.

d. Pengertian Strategi Penetapan Harga

Istilah strategi selalu di kaitkan dengan arah, tujuan, dan kegiatan jangka panjang. Strategi merupakan pilihan dari metode yang digunakan. Strategi bisa memberikan sebuah pengarahan yang jelas bagi semua anggota organisasi, apabila strategi tidak jelas maka bisa berpengaruh pada keputusan yang akan di ambil ke depannya. Sedangkan metode penetapan

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.

²² Jurnal Ilmiah, "Analisis Penetapan Harga Jual Produk", (Toraja: 2018), h.146.

harga adalah pilihan dari banyak cara. Keputusan akan bersifat subjektif atau berdasarkan intuisi saja dan mengabaikan keputusan yang lain.²³

Dalam pengertian sehari-hari strategi sering di artikan sebagai langkah-langkah atau tindakan tertentu yang dilaksanakan demi tercapainya suatu tujuan atau penerimaan manfaat yang dikehendaki, oleh karena itu pengertian strategi sering rancu seperti metode, teknik dan taktik.

Tentang hal ini secara konseptual strategi sering di artikan dalam baragam pendekatan seperti:²⁴

1) Strategi sebagai suatu rencana

Sebagai suatu rencana, strategi merupakan pedoman atau acuan yang dijadikan landasan pelaksanaan kegiatan, demi tercapainya tujuan-tujuan yang ditetapkan. Dalam hubungan ini, rumusan strategi senantiasa memperhatikan *kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal* yang dilakukan oleh para pesaingnya

2) Strategi sebagai kegiatan

Sebagai suatu kegiatan, strategi merupakan upaya-upaya yang dilakukan oleh setiap individu, organisasi, atau perusahaan untuk memenangkan persaingan, demi tercapainya tujuan yang diharapkan atau telah ditetapkan.

²³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 2008), h. 4.

²⁴ Totok Mardikanto dan Purwoko Soebianto, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h.167-168.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3) Strategi sebagai suatu instrumen

Sebagai suatu instrument, Strategi merupakan alat yang digunakan oleh semua unsur pimpinan organisasi/perusahaan, terutama manajer puncak, sebagai pedoman sekaligus alat pengendali pelaksanaan kegiatan.

4) Strategi sebagai suatu sistem

Sebagai suatu sistem, strategi merupakan satu kesatuan rencana dan tindakan-tindakan yang komprehensif dan terpadu, yang diarahkan untuk menghadapi tantangan-tantangan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

5) Strategi sebagai pola pikir

Sebagai pola pikir, strategi merupakan suatu tindakan yang dilandasi oleh wawasan yang luas tentang keadaan internal maupun eksternal untuk rentang waktu yang tidak pendek, serta kemampuan pengambilan keputusan untuk memilih alternatif-alternatif terbaik yang dapat dilakukan dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada, yang dibarengi dengan upaya-upaya untuk menutup kelemahan-kelemahan guna mengantisipasi atau meminimalisir ancaman-ancamannya. Dari pemahaman tentang beragam pengertian tentang “strategi” di atas, dapat disimpulkan bahwa apapun pengertian yang akan diberikan, strategi merupakan suatu proses sekaligus produk yang penting yang berkaitan dengan pelaksanaan dan pengendalian kegiatan-kegiatan

yang dilakukan untuk memenangkan persaingan, demi tercapainya tujuan.

Penetapan harga merupakan sebuah bagian yang penting dan kompleks dalam manajemen pemasaran. Di suatu pihak penetapan harga adalah sebuah elemen yang sangat kritis, penting dalam bauran pemasaran karena menjelaskan persepsi mengenai kualitas, dengan demikian merupakan kontributor penting dalam memposisikan sebuah produk. Di pihak lain penetapan harga sebuah variabel taktis karena dapat di ubah dengan cepat dalam kaitannya dengan persaingan.²⁵

Berikut ini berbagai pilihan dari strategi penetapan harga:

1) Strategi penetapan harga produk baru

Penetapan harga *skimming* merupakan strategi yang bisa diterapkan ketika temuan produk baru yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan. Pada awalnya diterapkan harga yang tinggi, ini dimaksud untuk menutup investasi riset dan perkembangannya. Selanjutnya harga akan menurun secara bertahap sehingga bisa bersaing. Tujuan dari strategi ini adalah untuk memaksimalkan keuntungan jangka pendek.

Selanjutnya penetapan harga penetrasi, merupakan penetapan harga suatu produk standar. Metode ini menetapkan harga perdana yang rendah agar dapat diterima pasar secara luas. Tujuannya adalah

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.

²⁵ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h.53.

untuk mendapatkan pelanggan setia, penetapan harga rendah lebih disukai karena beberapa kondisi. Pertama pasar harus sangat peka terhadap harga sehingga harga rendah dapat membuka pasar yang lebih luas. Kedua biaya produksi dan distribusi harus turun saat volume penjualan meningkat. Ketiga harga rendah harus membantu menghindari persaingan.²⁶

2) Strategi fleksibilitas harga

a) Strategi satu harga

Strategi satu harga di sebut juga dengan harga tunggal. Pada strategi ini perusahaan menetapkan harga yang sama antara kualitas dan kuantitas.²⁷

b) Strategi penetapan harga fleksibel

Strategi ini menetapkan harga yang berbeda-beda kepada setiap konsumennya dengan kualitas produk yang sama. Adapun tujuan dari hasil strategi ini adalah untuk memaksimalkan laba jangka panjang dan memungkinkan adanya penyesuaian, baik kenaikan maupun penurunan harga.

e. Konsep Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam

Harga merupakan salah satu hal terpenting dari sebuah produk dari penjualan atau pemasaran. Islam tidak memberi batasan dalam harga

²⁶ Mahmud Mahfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2005), h. 141.

²⁷ Jurnal Entrepreneur, "Mengenal Strategi Fleksibilitas Harga dan Jenisnya", Artikel dari <http://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-strategi-fleksibilitas-harga-dan-jenis-nya/>. diakses pada 20 Februari 2022.

artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi-transaksi di perbolehkan dalam islam, selama tidak ada dalil yang melarangnya dan harga tersebut di sepakati oleh kedua pihak atas dasar keadilan dan sama-sama suka antara penjual dan pembeli.

Islam sangat konsen dalam masalah keseimbangan harga, terutama pada bagaimana peran negara dalam mewujudkan kestabilan harga dan bagaimana mengatasi ketidakstabilan harga²⁸. Nabi tidak menetapkan harga jual, dengan alasan bahwa dengan menetapkan harga akan mengakibatkan kezaliman, karena jika harga yang ditetapkan terlalu mahal maka akan menzalimi pembeli, dan jika harga yang ditetapkan terlalu rendah, maka akan menzalimi penjual²⁹.

Mekanisme penentuan harga dalam islam sesuai dengan Maqasyid al-Syariah, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia. Seandainya Rasulullah Saw langsung menetapkan harga, maka akan kontradiktif dengan mekanisme pasar. Akan tetapi pada situasi tertentu, penetapan harga menjadi keharusan dengan tujuan menegakkan kemaslahatan manusia agar tidak terjadi mafsadah atau kerusakan di lapangan.

Dalam konsep islam, yang paling prinsip adalah harga yang di tentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila diantar penjual dan pembeli bersikap saling merelakan.

²⁸ Rozalinda, “*Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*”, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h.169.

²⁹ Supriadi Muslimin, *Konsep Penetapan Harga dalam Perspektif Islam*, (Gowa: al-Azhar: 2020), 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kerelaan ini di tentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual dalam menyediakan barang yang di tawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli dalam mendapatkan barang tersebut dari penjual.

Akan tetapi apabila pedagang menetapkan harga barang melebihi batas kewajaran, maka itu telah berbuat zalim dan membahayakan pembeli atau masyarakat, maka dari itu penguasa (Pemerintah) harus turun tangan dengan cara menetapkan harga standar suatu barang, dengan tujuan menghindari penimbunan barang, melindungi hak-hak pembeli, dan mencegah terjadinya kecurangan yang di lakukan oleh pedagang. Inilah yang dilakukan oleh Khalifah Umar bin Khattab.³⁰

2. Volume Penjualan

a. Pengertian Volume Penjualan

Penjualan dapat di artikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang telah disetujui bersama. Volume penjualan merupakan hasil akhir yang di capai perusahaan dari hasil penjualan produk dari perusahaan tersebut.³¹ Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi terhitung secara keseluruhan dari total yang dicapainya. Seandainya volume penjualan

³⁰ *Ibid.*, h.7

³¹ Iskandar Putong, *Pengantar Ilmu Mikro & Makro*, cet.1, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 195.

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.

meningkat dan biaya yang didistribusikan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun

Menurut Kotler volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan di dalamnya ada strategi pelayanan yang baik. Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan diantaranya adalah:

- 1) Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
- 2) Mengadakan analisa pasar
- 3) Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial
- 4) Mengadakan pameran
- 5) Mengadakan diskon dan potongan harga.

b. Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan apabila perusahaan tidak mampu maka perusahaan akan mengalami kerugian. Berikut beberapa tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu:³²

- 1) Mencapai volume penjualan
- 2) Mendapatkan laba tertentu
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan

³² *Ibid.*, h. 195.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha sebagai berikut:³³

1) Kondisi dan kemampuan penjual

Kondisi dan kemampuan penjual terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, seperti:

- a) Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan
- b) Harga produk atau jasa
- c) Syarat penjualan seperti pembayaran dan pengiriman.

2) Kondisi Pasar

Pasar mempengaruhi kegiatan transaksi penjualan baik itu sebagai penjual maupun pembeli. Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni: jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian serta keinginan dan kebutuhannya.

3) Kondisi Modal

Pada awalnya pihak pembeli belum mengenal produk yang akan ditawarkan oleh penjual, oleh karena itu pihak penjual perlu melakukan usaha untuk memperkenalkan produknya. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan sarana usaha, seperti alat

³³ *Ibid.*, h. 197.

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.

transportasi, tempat, biaya promosi dan sebagainya. Semua usaha ini dapat berjalan, jika pihak penjual memiliki modal yang diperlukan itu.³⁴

4) Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang faham dan ahli di bidang penjualan.

5) Faktor-faktor lain

Faktor-faktor lain ini seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama bahkan barang yang lainnya.

B. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ahmad Ridwan (2019)	Strategi Penetapan Harga dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada D'Ratu Fashion 35000 Pekanbaru	Hasil penelitian ini mempunyai kesimpulan strategi yang dilakukan yaitu strategi penetapan harga produk baru dan strategi penetapan harga tunggal.

³⁴ Rogi Gusrizaldi, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi tingkat penjualan di Indragko Swalayan Teluk Kuantan", 2016. h. 294

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	Musliati (2020)	Analisis Strategi Marketing Syariah Pedagang Kaki Lima dalam Meningkatkan Penjualan (Studi kasus Pasar Atjeh-Banda Aceh)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang kaki lima pasar Atjeh dalam meningkatkan laba dengan menerapkan strategi pemasaran Islami. Dalam penetapan tersebut pedagang kaki lima memiliki kelebihan dan kekurangan, diantara kelebihan yang mereka miliki yaitu lebih mengutamakan kualitas produk demi mencapai loyalitas konsumen, lokasi yang strategis, dan barang yang dijual beragam. Sedangkan kekurangan mereka adalah promosi yang di lakukan belum maksimal, tidak mempunyai tempat yang luas, keuangan modal usaha yang dimiliki terbatas, dan medan lokasi berjualan jika hujan mengalami jalan yang becek.
3	Tati Urrokhmah (2018)	Strategi Penetapan Harga dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Kayla Fashion 35000 Purwokerto	Hasil penelitian ini adalah setelah menetapkan 2 metode strategi penetapan produk baru dan strategi fleksibilitas harga terbukti sangat efektif dalam meningkatkan volume penjualan di Kayla Fashion data grafik penjualan mengalami peningkatan dari tahun 2015-2017.

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.

Perbedaan penelitian saya dengan penelitian terdahulu yang terdapat di tabel di atas adalah bahwa Penelitian Ahmad Ridwan dan Tati Urrokhmah, sama-sama membahas tentang Produk *Thrifting* namun perbedaannya terdapat di lokasi penelitian di pasar Senapelan Pekanbaru, maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian, dan juga pasar Senapelan merupakan pusat penjualan produk *thrifting* di Pekanbaru. Sedangkan untuk penelitian dari Musliati, perbedaannya terletak di cakupan produk yang dijual, sedangkan penelitian saya hanya memfokuskan kepada penjual pakaian bekas saja.

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

BAB III

METODE PENELITIAN

Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk membedakan suatu fenomena di lapangan.³⁵ Metode deskriptif kualitatif hanya memaparkan situasi atau peristiwa penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan. Dikatakan deskriptif karena bertujuan memperoleh pemaparan dan penjelasan yang objektif khususnya mengenai bagaimana strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan perspektif ekonomi islam di pasar Senapelan Pekanbaru.

Penelitian kualitatif dilakukan dalam rangka mencari data di lokasi atau lapangan yang bukan merupakan data statistik melainkan pencarian data dan informasi, aktivitas maupun ilustrasi terkait masalah yang diteliti. Data yang dimaksud meliputi transkrip wawancara, catatan, dokumen pribadi dan catatan lainnya. Deskriptif atau narasi tulisan sangat penting dalam pendekatan kualitatif, baik dalam pencatatan data maupun penyebaran hasil penelitian.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Senapelan Jl. Teratai Atas No.40, Padang Bulan, Kec.Senapelan, Kota Pekanbaru.

³⁵ Imam Gunawan, *Metode penelitian kualitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), h. 210.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek adalah pihak-pihak yang dijadikan sampel dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini adapun yang menjadi subjek penelitian adalah para penjual pakaian *thrifting* yang berada di pasar Senapelan Pekanbaru.

Objek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian, himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi, atau barang yang akan diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah barang atau produk pakaian *thrif* yang dijual di pasar Senapelan Pekanbaru.

C. Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti hanya berinteraksi dengan para penjual di pasar Senapelan terkait dengan data yang dibutuhkan dalam penetapan harga untuk meningkatkan volume penjualan yang akan dipaparkan dan dijelaskan oleh penulis dalam penelitian ini. Adapun informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang terdiri dari para penjual produk *thrifting*.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer, yaitu data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu perseorangan seperti dari hasil wawancara atau pengisian kuesioner yang biasanya dilakukan oleh peneliti.³⁶ Data bersumber langsung dari lokasi

³⁶ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Tesis dan Bisnis*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Perada, 2005), h. 42.

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.

penelitian yang diperoleh secara langsung dari wawancara dengan informan-informan dan observasi terhadap objek penelitian. Dalam data ini yang menjadi data primer adalah penjual pakaian bekas di pasar Senapelan serta konsumen/pembeli yang membeli pakaian bekas di pasar Senapelan Pekanbaru.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh dari pengumpulan dan pengelolaan data yang bersifat studi dokumentasi berupa penelaahan terhadap dokumen pribadi, resmi kelembagaan, referensi-referensi yang memiliki relevansi dengan fokus permasalahan penelitian.³⁷ Jadi data sekunder yang di maksud bersumber dari bahan kepustakaan yang bersangkutan paut dengan masalah penelitian seperti: buku-buku referensi, jurnal, majalah, dokumen-dokumen dari instansi yang berkaitan dengan penelitian yang diteliti, serta pemikiran penulis sendiri terkait dengan pembahasan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan yang dapat dilakukan secara relevan.³⁸ Observasi dilakukan dengan mendatangi objek penelitian.

³⁷ Iskadar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*, (Jakarta: Gaung Persada Pers, 2010), h. 42.

³⁸ Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Bekasi: Gramata Publishing, 2013), h. 93

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Wawancara

Proses memperoleh kejelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa tatap muka yaitu melalui media telekomunikasi antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian.³⁹ Wawancara yang dilakukan penulis yaitu tanya jawab dengan para pemilik toko penjual produk pakaian bekas di Pasar Senapelan, serta wawancara dengan para pembeli produk tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumen. Sebagian besar data berbentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cenderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya.⁴⁰ Teknik ini penulis lakukan dengan cara mengumpulkan data atau informasi secara tertulis mengenai dokumen-dokumen dan foto-foto dari kegiatan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli serta produk pakaian bekas di Pasar Senapelan Pekanbaru dan foto-foto peneliti dalam melakukan wawancara guna melengkapi data-data yang diperlukan.

³⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2021), h. 31.

⁴⁰ *Ibid*, h. 33.

Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif. Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga mudah untuk di pahami dan tentunya dapat di informasikan ke orang lain. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu model interaktif.

Miles dan Faisal mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan selama pengumpulan data di lapangan dan setelah semua data di terkumpul dengan teknik analisis model interaktif.⁴¹ Dalam penelitian kualitatif menurut Huberman, teknik analisis data secara sederhana dapat dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

a. *Data reduction* (reduksi data)

Mereduksi data yaitu meringkas, memilih dan memfokuskan pada hal-hal pokok dan mengarahkannya kepada hal yang penting, membuang yang tidak perlu dan mencari tema dan polanya, dengan demikian data-data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila di perlukan. Jadi reduksi data ini merupakan penyederhanaan data yang telah terkumpul agar lebih mudah.

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif)*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h.334.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

b) *Data display* (penyajian data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah men display data.

Dalam penelitian kualitatif data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya, dan yang paling sering digunakan untuk penyajian data dalam penelitian adalah dengan teks yang bersifat naratif dengan menggunakan data.

c) *Conclusion dawin/verification* (penarikan kesimpulan)

Data *verification* atau penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan. Dalam mengelola data dan menganalisis data penulis menggunakan metode *domain analysis* yaitu teknik analisis yang bertujuan untuk memperoleh gambaran umum tentang data untuk menjawab fokus penelitian secara menyeluruh dari subjek penelitian secara mendalam sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan di Pasar Senapelan Pekanbaru dapat diketahui bahwa para pedagang produk pakaian bekas di sana sudah sesuai dengan prosedur yaitu dengan menggunakan berbagai macam strategi penetapan harga seperti penetapan harga fleksibel, penetapan harga tunggal, dan *cost plus pricing*, dari ketiga strategi yang digunakan oleh penjual di pasar senapelan srategi yang efektif untuk meningkatkan volume penjualan adalah strategi penetapan satu harga dan diiringi dengan metode penggunaan media sosial dalam memperkenalkan produk agar lebih mudah dikenal dan dijangkau oleh konsumen/pembeli.
2. Dalam hal perspektif ekonomi Islam terhadap strategi penetapan harga pakaian bekas import di pasar Senapelan, penjual telah memenuhi syarat objek yang ditransaksikan seperti barang harus suci, barang harus memiliki manfaat, dan beberapa perspektif seperti harga *equilibrium* (harga yang adil), yaitu barang tidak ada kecacatan dan tidak melebihi lebihkan harga. *Ar-ridha* yaitu transaksi yang dilakukan atas dasar kerelaan antara kedua belah pihak, dan tidak adanya monopoli produk atau *ihtikar*. Kualitas barang dan kejujuran, memberikan keterangan atas kekurangan dan kerusakan pada produk yang masih bisa di tolerir oleh 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat penulis berikan sesuai dengan hasil penelitian diantaranya adalah:

1. Kepada para pedagang di pasar Senapelan Pekanbaru diharapkan dapat meningkatkan promosi dan branding, menawarkan variasi produk yang beragam, meningkatkan kualitas produk, menawarkan harga produk yang bersaing dengan pesaing, serta melakukan promosi produk secara online dengan menggunakan beberapa platform eCommers untuk meningkatkan volume penjualan sesuai dengan harapan.
2. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan lagi penelitian ini dengan menambahkan variabel–variabel lain serta menggunakan data yang lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis*, Jakarta : CAPS 2013.
- Eandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andiofset 2008.
- Hansen, Mowen, *Manajemen Biaya Buku II Terjemahan Benyamin Molan*. Jakarta : Salemba 4 2001.
- Hendri Tanjung. Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Bekasi : Gramata Publishing 2013.
- Heru Sudarso, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta : Ekonosia 2004.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Tesis dan Bisnis*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada 2005.
- Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Prakti*, Jakarta : PT. Bumi Aksara 2013.
- Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*, Jakarta : Gaung Persada Pers 2010.
- Iskandar Putong, *Pengantar Ilmu Mikro dan Makro*, Jakarta : Ghalia Indonesia 2000.
- Mahmud Mahfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN 2005.
- Mulyadi, *Akuntansi Manajemen Konsep Edisi 3*, Jakarta : Salemba 4 2001.
- Nuru Sudjana, *Tuntutan Menyusun Karya Ilmiah*, Bandung : Sinar Baru 2007.
- Pilip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Indonesia*, Jakarta : PT. Prenhllindo 2002.
- Ratih Huriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta 2010.
- Robert.S Pindyck dan Daniel.L Rubinfeld, *Mikro Ekonomi Edisi Delapan*, Jakarta: Erlangga 2012.

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



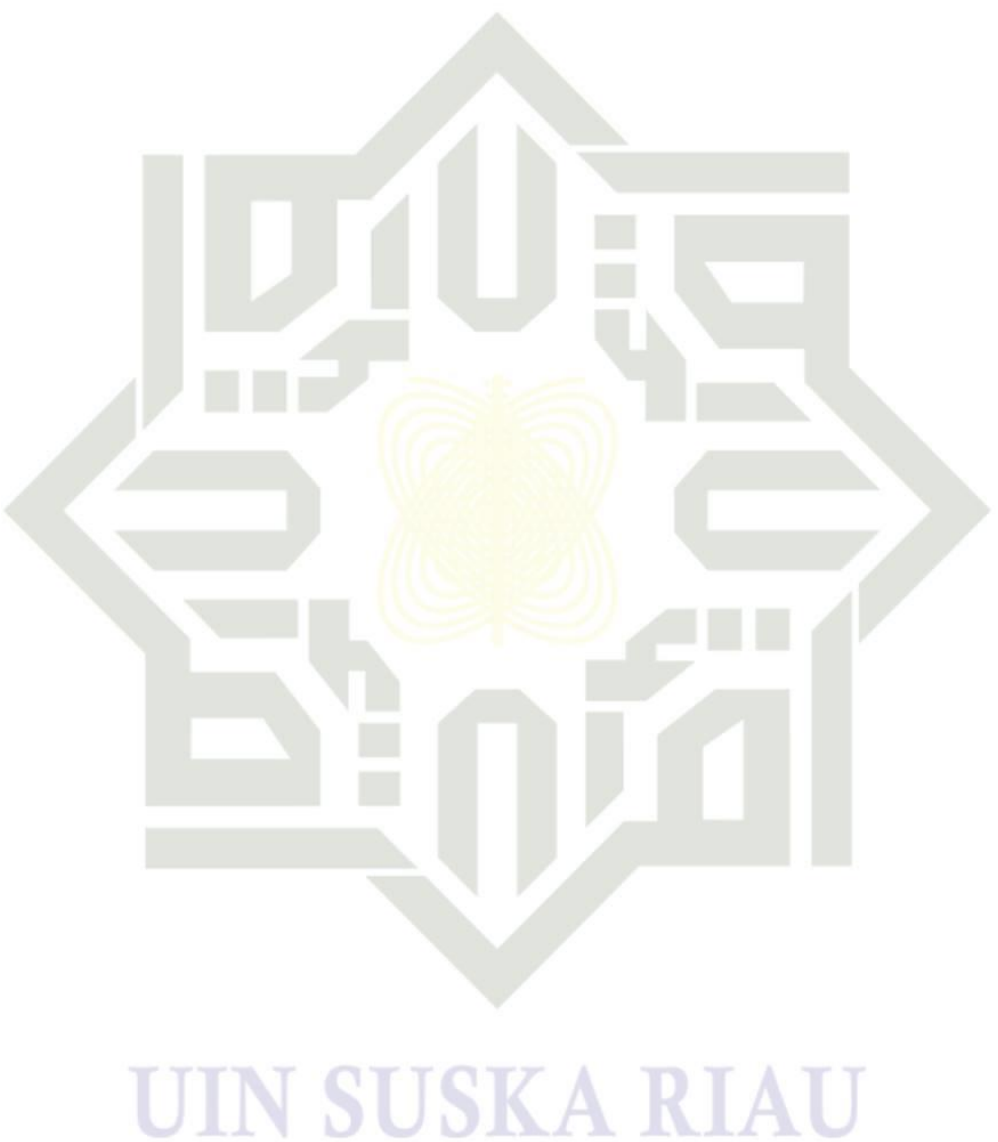
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

- Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Ativitas Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Pers 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta 2009.
- T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, Yogyakarta : Konisius 2004.
- Totok Mardikanto dan Puwoko Soebianto, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, Bandung : Alfabeta 2019.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*, Yogyakarta : Pustakabaru Pers 2021.

B. Skripsi / Jurnal

- Abd.Ghafur, *Mekanisme Pasar Perspektif Islam*, Inzah Jurnal 2019.
- Amestia Prasinata Pangabean, *Kualitas Interaksi Sosial Antara Penjual dan Pembeli*. Yogyakarta 2017.
- Asri Nur Muin, *Analisis Penetapan Harga Jual Produk*. Toraja 2018.
- Baida Sari, Restu Maharani, *Analisis Pengaruh Harga, Produk, Perilaku, Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Jakarta 2017.
- Henri Saragih, *Analisis Strategi Penetapan Harga dan Pengaruhnya pada Volume Penjualan*. Medan 2015.
- Rogi Gusrizaldi, *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan*, 2016.
- Suhardi Sigit, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta 2000.
- Supriadi Muslimin, *Konsep Penetapan Harga Perspektif Islam*. Gowa: al-Azhar 2020.
- Syamsul Efendi, *Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Kajian Ekonomi Islam 2021.
- Tia Aprilia Susnita, *Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Majalengka 2021.
- Verina H. Secapramana, *Model dalam Penetapan Harga*. Jakarta 2021.
- Veronica Nugraheni, *Analisis Faktor-faktor Ekonomi dalam Usaha Untuk Meningkatkan Volume Penjualan*. Academia 2007.



© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

C. Website

<https://www.sharinvest.com/syarat-jual-beli-dalam-islam/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Lampiran I.

Pedoman Wawancara

Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pakaian Bekas *Import* di Pasar Senapelan Pekanbaru Perspektif Ekonomi Islam

Wawancara:

1. Bagaimana proses dalam menetapkan suatu harga?
2. Bagaimana menjaga suatu harga agar tetap bisa bersaing dengan yang lain?
3. Apa yang membedakan produk bapak/ibu dengan penjual lain?
4. Merek pakaian apa saja yang sering di cari konsumen?
5. Apakah bapak/ibu melakukan promosi untuk menarik minat pembeli?
6. Apakah promosi tersebut dapat meningkatkan volume penjualan?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Lampiran II.



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.



© Har

Hak Cipta

1. Diara

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





ni tan



an Syarif Kasim Riau

- 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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN BEKAS IMPORT DI PASAR SENAPELAN PEKANBARU PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM** ditulis oleh:

Nama	: Fatihatul Arsy
NIM	: 11725102899
ProgramStudi	: Ekonomi Syariah


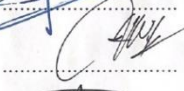
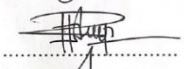
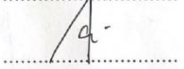
Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal	: Senin, 10 juli 2023
Waktu	: 08.00 WIB
Tempat	: Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum


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

Pekanbaru, 10 Juli 2023

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua	
Dr. Jenita, SE., MM	
Sekretaris	
Desi Devrika Devra, S.HI., M.Si	
Penguji I	
Dr. Rozi Andri, S.E.Sy., M.E	
Penguji II	
Dr. Amrul Muzan, M.Ag	

Mengetahui:
Kabag T.U
Fakultas Syariah dan Hukum



Azmiati, S.Ag., M.Si
NIP. 19721210 200003 2 003



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.



UIN SUSKA RIAU

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

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SHARI'AH AND LAW

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

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/11231/2022
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 25 November 2022

Kepada
Yth. Pimpinan PT. Putra Maha Jaya

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : FATIHATUL ARSY
NIM : 11725102899
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : XI (Sebelas)
Lokasi : Pasar Senapelan
Jl. Jend. Ahmad Yani No.43, Padang Bulan, Kec. Senapelan

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN BEKAS IMPORT DI PASAR SENAPELAN PEKANABARU PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

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

Demikian disampaikan, terima kasih.



Rektor, M.Ag
19741006 200301 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

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.



PT. PEPUTRA MAHA JAYA
Rooftop Gedung Plaza The Central
Jl. Ahmad Yani No. 42 A
Pekanbaru Riau, Indonesia
T. 0761 - 36899, 37299
F. 0761 - 35799
E. thecentralpmj@gmail.com



Pekanbaru, 27 Desember 2022

Nomor : 173 /M-097/PMJ-LGL/XII/2022
Lamp : -
Hal : Surat Balasan Permohonan Izin Riset

Kepada Yth :
Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau
Di -
Tempat

Dengan hormat,

Sebelumnya kami mengucapkan terimakasih atas kerjasama yang telah terjalin baik selama ini. Kami sangat mengharapkan semoga hubungan baik ini terus berjalan dan semakin baik kedepannya.

Schubungan dengan surat Bapak nomor Un.04/F.I/PP.00.9/11231/2022 tertanggal 25 November 2022 perihal Mohon Izin Riset, maka melalui surat ini kami sampaikan bahwa permohonan izin riset Mahasiswa atas nama Fatihatul Arsy dengan NIM 11725102899 dapat kami setujui.

Demikian Surat ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami haturkan terima kasih.

Hormat kami,


PT. Peputra Maha Jaya



Rienty Masriel
Direktur

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.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 P E K A N B A R U
Email : dpmtsp@riau.go.id

REKOMENDASI
Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISSET/52056
T E N T A N G



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

1.04.02.01

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.00.9/5709/2022 Tanggal 24 November 2022**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:


1. Nama	: FATHATUL ARSY
2. NIM / KTP	: 11725102899
3. Program Studi	: EKONOMI SYARIAH
4. Jenjang	: S1
5. Alamat	: PEKANBARU
6. Judul Penelitian	: STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN BEKAS IMPORT DI PASAR SENAPELAN PEKANBARU PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
7. Lokasi Penelitian	: PASAR SENAPELAN JL. JEND. AHMAD YANI NO.43, PADANG BULAN, KEC. SENAPELAN, KOTA PEKANBARU, RIAU 28155

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 : 30 November 2022



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI RIAU**

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

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 RIWAYAT HIDUP

Fatihatul Arsy. Lahir di Dabo Singkep, pada tanggal 17 Agustus 1999. Merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara, dari pasangan bapak E.Amiruddin dan ibu Laila Sari. Penulis bertempat tinggal di JL Raja Ali Haji, Kampung Baru, Dabo Singkep, Kepulauan Riau. Penulis memulai pendidikan formal di Sekolah Dasar Negeri 003 Singkep. Setelah lulus tahun 2011, penulis melanjutkan pendidikan ke SMPN 1 Singkep, yang kemudian lulus pada tahun 2014. Penulis melanjutkan pendidikan selanjutnya ke SMAN 1 Singkep. Setelah lulus pada tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat perguruan tinggi negeri, tepatnya ke Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dengan Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum.

Ketika menjalani perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, penulis melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Bazznas Kabupaten Lingga. Selanjutnya penulis melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) berbasis daring pada tahun 2020. Penulis memulai penelitian pada bulan Agustus 2022 dengan judul penelitian “Strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pakaian bekas *Import* di pasar Senapelan Pekanbaru perspektif ekonomi islam”