

**MEKANISME PENENTUAN HARGA JASA PERCETAKAN PADA USAHA
PERCETAKAN DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKA
DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM (Study Pada Usaha Percetakan Di
Kecamatan Sukajadi Pekanbaru)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Syariah (SE.Sy) pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum**



Disusun oleh:

FITRIANI LASARI

NIM : 10825003048

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU
RIAU
2013**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa harga merupakan hal penting dalam aspek pemasaran, harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk atau jasa. Banyak promosi yang memasang harga yang terendah agar dapat menarik minat konsumen, padahal bahan baku untuk membuat kartu undangan itu sangat mahal. dalam penelitian ini yang menjadi permasalahannya ialah bagaimana cara para pengusaha menentukan harga kartu undangan. Berdasarkan permasalahan tersebut penulis membuat rumusan masalah yaitu Bagaimana mekanisme penentuan harga kartu undangan? Bagaimana cara usaha percetakan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat? Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap mekanisme penentuan harga kartu undangan pada usaha percetakan?.

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di seluruh pengusaha percetakan sukajadi Pekanbaru. Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha percetakan yang berjumlah 67 pengusaha. Dari populasi tersebut penulis mengambil sampel 50% atau 33 pengusaha yang tersebar di Kecamatan Sukajadi dengan menggunakan teknik *random sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak semua individu dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah observasi, wawancara, dokumentasi, angket.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang secara langsung yang diambil dari pengusaha percetakan dengan cara mengajukan wawancara dan angket. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku-buku ataupun referensi lainnya yang memiliki relevansi dengan pembahasan yang penulis teliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha percetakan secara umum, harga terbentuk atas adanya tawar menawar antara pemilik usaha dengan konsumen. Harga yang diberikan di sesuaikan dengan kebutuhan kemampuan konsumen. Pengusaha memberikan atau menawarkan harga sesuai kebutuhan konsumen, menawar sesuai dengan tingkat kemampuan dan kebutuhan konsumen. Dalam meningkatkan perekonomian masyarakat usaha percetakan sangat berperan di karenakan usaha ini mampu mempekerjakan karyawan, walaupun gaji atau upah yang di berikan dengan cara yang berbeda-beda, sesuai dengan hasil kerja yang dikerjakan. Dalam prinsip ekonomi Islam, harga itu tidak ditentukan karena dalam sistem ekonomi Islam tujuan utama dalam melakukan transaksi yaitu mencapai Ridho Allah yang berdasar pada nilai-nilai Ilahiah demi mewujudkan kemaslahatan. Usaha percetakan telah sesuai dengan prinsip dan sistem ekonomi Islam yang mana tujuan transaksi untuk mencapai Ridho Allah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sehingga dapat dipersembahkan kepada pembaca yang cinta akan ilmu pengetahuan. Shalawat beriring salam tak lupa penulis sampaikan kepada baginda nabi besar kita Muhammad SAW, seorang reformasi sejati dalam sejarah kemanusiaan dan perintis peradaban.

Atas rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan kripsi yang berjudul: **“MEKANISME PENENTUAN HARGA JASA PERCETAKAN PADA USAHA PERCETAKAN DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM (Studi Pada Usaha Percetakan Dikecamatan Sukajadi Pekanbaru)”**. Ini merupakan hasil karya tulis yang disusun sebagai skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Syari’ah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau.

Selanjutnya penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ayahnda dan Ibunda tercinta Adriasman dan Hernita, yang selalu mencintai ananda sepenuh hati. Ayahnda dan Ibunda merupakan motivator bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Yang terhormat Bapak Prof. Dr. M. Nazir, MA, selaku rector UIN Suska Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dikampus tercinta ini.
3. Yang terhormat Bapak Dr. H. Akbarizan, MA, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Ilmu Hukum beserta Dr. Hertina M.Pd selaku pembantu Dekan I, H.M. Kastulani, MH selaku pembantu Dekan II, dan Drs. H. Ahmad Darbi B, MA

selaku pembantu dekan III. Yang telah member izin dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

4. Bapak Mawardi S.Ag, M.Si selaku ketua jurusan Ekonomi Islam dan sekaligus Bapak Darmawan Tia Indrajaya, M.Ag selaku Sekretaris Jurusan.
5. Bapak Jonnius SE, MM dan Muhammad Albahi, Se, MSi, Ak selaku Dosen Penasehat Akademis penulis yang selalu sabar member nasehat kepada penulis saat menjalani perkuliahan.
6. Drs. H. Muh. Said. HM, MA, MM selaku pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan saran dan kritikan hingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik.
7. Bapak, Ibu dosen dan segenap civitas akademik yang telah memberikan jasa dan menyediakan waktu untuk penulis selama kuliah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Kepala dan seluruh karyawan Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan dan fasilitas yang sangat berharga kepada penulis, membantu selama perkuliahan berlangsung dan hingga penyelesaian skripsi penulis ini.
9. Serta karib kerabat, sahabatku, seluruh teman-teman EI-3 dan seluruh jurusan Ekonomi Islam angkatan 2008 yang telah memberikan motivasi kepada penulis yang namanya tidak dapat dituliskan satu persatu.

Akhirnya kepada Allah jualah segala kemuliaan dan kebesaran, marilah kita selalu berserah diri kepada-nya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian, Amin.

Pekanbaru, 29 November 2012

FITRIANI LASARI
Nim :10825003048

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian.....	7
E. Tinjauan Kepustakaan.....	10
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Letak Geografis Kecamatan Sukajadi	12
B. Kondisi Demografis Kecamatan Sukajadi.....	14
C. Kondisi Ekonomi.....	16
D. Kondisi Sarana dan Prasarana	17
E. Administrasi Pemerintahan	19
BAB III TINJAUAN TEORITIS	
A. Pengertian Mekanisme	23
B. Pengertian Harga	23
C. Tujuan Penentuan Harga	25
D. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga	28
E. Harga Equilibrium	35
F. Pemikiran Ibnu Taimiyah Tentang Harga Yang Adil	

	<i>(Qimah Al Adl)</i>	37
	G. Mekanisme Penentuan Harga Menurut Sistem Ekonomi Islam.....	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Mekanisme Penentuan Harga Jasa Percetakan	57
	B. Cara Usaha Percetakan Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat	66
	C. TinjauanEkonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Jasa Percetakan Kartu Undangan Pada Usaha Percetakan	74
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	80
	B. Saran	81
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1	Luas Kecamatan Sukajadi Berdasarkan Kelurahan.....	13
Tabel II. 2	Jumlah Penduduk Kecamatan Sukajadi Berdasarkan Kelurahan.....	14
Tabel II. 3	Penduduk Kecamatan Sukajadi Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir.....	15
Tabel II. 4	Mata Pencaharian Masyarakat Kecamatan Sukajadi.....	16
Tabel II. 5	Jumlah Sarana Menurut Tingkat Pendidikan Di Kecamatan Sukajadi	17
Tabel II. 6	Sarana Kesehatan Di Kecamatan Sukajadi.....	18
Tabel II. 7	Sarana Ibadah Di Kecamatan Sukajadi	19
Tabel IV. 1	Nama Usaha Percetakan Berkembang.....	58
Tabel IV. 2	Nama Usaha Percetakan Sedang Berkembang.....	59
Tabel IV. 3	Nama Usaha Percetakan Kecil	60
Tabel IV. 4	Tanggapan Responden Atas Keikutsertaan Konsumen Dalam Penentuan Harga.....	61
Tabel IV. 5	Tanggapan Responden Dalam Cara Penentuan Harga.....	62
Tabel IV. 6	Tanggapan Responden Terhadap Penyesuaian Harga Kartu Undangan.....	63
Tabel IV. 7	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persaingan Harga Kartu Undangan.....	64
Tabel IV. 8	Tanggapan Responden Pengaruh Harga Terhadap Omset	

.....	65
Tabel IV. 9	Tanggapan Responden Terhadap Peranan Usaha Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat 68
Tabel IV. 10	Peran Usaha Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran 69
Tabel IV. 11	Rata-Rata Karyawan Yang Sudah Direkrut 70
Tabel IV. 12	Tanggapan Responden Terhadap System Pemayaran Gaji Karyawan..... 71
Tabel IV. 13	Perolehan Keuntungan Setelah Dikurangi Operasional Usaha Percetakan..... 72
Tabel IV. 14	Tanggapan Responden Terhadap Perekonomian Sebelum Membuka Usaha 73
Tabel IV. 15	Jumlah Pendapatan Rata-Rata Pengusaha Dalam Sebulan Di Kecamatan Sukajadi 73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan kehidupan manusia diikuti oleh perkembangan kebutuhan hidup, ekonomi, dan kependudukan. Kebutuhan manusia tersebut berwujud dalam pola kehidupannya. Pertumbuhan ekonomi juga diikuti dengan berbagai kelompok pekerja dan kelompok jabatan, baik yang bersifat formal ataupun yang informal. Pertumbuhan penduduk juga membentuk pola-pola kehidupan manusia baru, letak geografis penduduk serta kepadatan jumlah penduduk merubah fungsi dan peran manusia.¹

Peningkatan standar kehidupan dalam ekonomi yang semakin tinggi sehingga masyarakat harus benar-benar kreatif dan inovatif dalam memenuhi kebutuhan hidup terutama kebutuhan pokok (*primer*).

Dengan berkembangnya dunia usaha yang mengalami pertumbuhan (*growth*) menjadi usaha lebih besar. Sehubungan dengan hal tersebut, maka kegiatan-kegiatan yang ada di usaha juga bertambah banyak, begitu juga volume kegiatan yang dilaksanakan. Jika dalam usaha kecil, jenis kegiatan yang dilakukan terbatas sehingga akan mudah untuk direncanakan dan diawasi, setelah usaha mulai berkembang dan semakin besar, volume kegiatan meningkat dan semakin sulit.

Hal ini terbukti dengan banyaknya para pengusaha baik mikro maupun makro dengan beragam usaha yang menarik, dan sudah pasti akan menghasilkan

¹Sirod Hantoro, *Kiat Sukses Berwirausaha*, (Yogyakarta:Adicita Karya Nusa, 2005), h. 1.

laba untuk meningkatkan taraf hidup para pengusaha dan karyawan di usaha tersebut. Dengan banyaknya produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen maka persaingan didalam industri ini pun semakin tajam. Akibatnya produsen dituntut untuk melakukan inovasi-inovasi produk yang baru, yang berbeda dari pesaing-pesaingnya untuk merebut minat konsumen dan menguasai pasar. Banyaknya bermunculan usaha skala mikro dipertanian seperti usaha percetakan merupakan bentuk sosial ekonomi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Latar belakang mengapa perlu berwirausaha adalah agar mampu menatap masa depan yang lebih baik, dengan berwirausaha diharapkan seseorang mampu mandiri membuka lapangan pekerjaan dan menjadi bos dari usaha yang dibangunnya.²

Meskipun penghasilan usaha kecil pada umumnya masih tergolong rendah, namun eksistensinya tidak dapat diabaikan dalam kelesuan ekonomi.³ Salah satu usaha kecil yang berkembang saat ini adalah usaha percetakan. Sebuah usaha kecil yang berangkat dari skill seni gambar yang dimiliki oleh para pengusaha dalam memenuhi permintaan pelanggan. Percetakan merupakan bagian dari kegiatan ekonomi sektor industri yang akan memproduksi berbagai macam produk diantaranya spanduk (digital ataupun yang biasa).⁴

Berkembangnya usaha percetakan ini memberikan dampak yang positif bagi masyarakat, karena usaha ini mampu menyerap tenaga kerja dan tentunya

²Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 12

³Fachri Yasin, *Agribisnis Riau Dan Perkebunan Berbasis Kerakyatan*, (Pekanbaru : Unri Pers, 2003), h. 140

⁴Doni Tangkas (Pemilik), Wawancara Tanggal 2 April 2012

memberikan kontribusi terhadap peningkatan perekonomian masyarakat yang diperoleh dari usaha tersebut.

Percetakan untuk orang-orang tertentu terkadang ada musimnya, misalnya, ada percetakan yang memfokuskan diri di spesialis kalender akan kebanjiran order disaat menjelang pergantian tahun, begitu juga dengan undangan, pada bulan-bulan tertentu dimana banyak orang yang mengadakan hajatan akan mempengaruhi omsetnya.

Usaha percetakan memiliki beberapa produk antara lain yaitu pembuatan kartu nama, pembuatan kop surat, stempel, spanduk, undangan hajatan, khitanan, undangan pernikahan dll. Dilihat dari kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat terhadap kartu undangan telah banyak mendorong pengusaha percetakan untuk memproduksi kartu undangan terhadap permintaan masyarakat yang membutuhkan. Permintaan akan kartu undangan ini menimbulkan persaingan di dunia percetakan dalam merebut para pecalon konsumen, dengan cara seperti memberikan bonus ucapan terima kasih untuk souvenir, benneer, dll.

Ekonomi Islam merupakan suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari persoalan perekonomian rakyat yang berlandaskan syari'at Islam, hal ini sesuai dengan apa yang telah diungkapkan oleh Abdul Manan dalam bukunya mengatakan bahwa ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai

Islam.⁵ Dalam pelaksanaannya Ekonomi Islam menerapkan sistem yang berorientasi pada *Rahmatul Lil 'Alamin* ⁶,

Banyak yang menganggap penetapan harga (*pricing*) sebagai kunci kegiatan dari sistem perdagangan kapitalis. Harga pasar sebuah produk mempengaruhi upah, sewa, bunga, dan laba. Artinya, harga sebuah produk mempengaruhi biaya faktor-faktor produksi- tenaga kerja, tanah, modal, dan kewiraswastaan. Jadi harga adalah alat ukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi.⁷

Para ahli Ekonomi Islam, Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran, ia mengatakan bahwa naik turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi.⁸

Menurut Bapak Ekonomi Barat Adam Smith harga disesuaikan dengan kekuatan penawaran dan permintaan di pasar dan harga ketentuan harga tergantung pada hukum *demand and supply*.⁹ Pengaturan harga diperlukan bila kondisi pasar tidak menjamin adanya keuntungan disalah satu pihak, akan tetapi ketika seorang penjual telah menguasai pasar, permainan harga sering sekali terjadi. Penjual akan menaikkan harga untuk menghasilkan keuntungan yang lebih banyak.

⁵ Abdul Mannan, *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta : PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997) h. 7

⁶ Muchlis, *Bisnis Syariah*, (Yogyakarta : YKPN. 2007) h. 6

⁷William J. Stanton dan Y. Lamarto, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1984), h.306 Edisi Ke-7, jilid 1.

⁸Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), Cet Ke-3 h.146

⁹Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau,2007), h 57

Ada beberapa prinsip ekonomi yang melandaskan fungsi-fungsi dalam masyarakat muslim. Semua harga, baik yang terkait dengan faktor-faktor produksi maupun produknya sendiri bersumber pada mekanisme penentuan harga, dan karena itu diakui sebagai harga-harga adil dan wajar.¹⁰

Mekanisme penetapan harga adalah suatu cara pertimbangan yang digunakan untuk menentukan bagaimana suatu produk atau barang yang dijual bisa laku dipasaran setelah adanya intraksi permintaan dan penawaran dan juga untuk bisa bersaing dengan pengusaha lainnya. Abu Yusuf mengatakan bahwa mekanisme dalam penetapan harga tidak lepas dari mekanisme pasar, ia mengatakan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga, pemahaman saat itu mengatakan bahwa bila barang tersedia sedikit maka harga akan mahal dan demikian sebaliknya.¹¹

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk atau jasa. Perusahaan salah dalam menentukan harga yang berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Harga salah satu dari faktor dalam meningkatkan omset dan pendapatan usaha.

Namun timbul pertanyaan, bagaimana mekanisme penentuan harga jual yang dilakukan oleh setiap pengusaha percetakan dalam meningkatkan pendapatan usaha yang dijalaninya dengan promosi harga undangan mulai dari seribu. Di samping banyaknya sekarang pengusaha-pengusaha melakukan

¹⁰Ahmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2007), h. 165

¹¹Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islami*, (Jakarta : Kencana, 2008). Cet, Ke-1 h. 230

promosi yang diawali dengan pengenalan harga minim yang dapat menarik minat para konsumen.

Namun timbul pertanyaan, bagaimana mekanisme penentuan harga kartu undangan mulai dari harga seribu dan bagaimana cara pengusaha meningkatkan perekonomian masyarakat sedangkan harga kartu undangan mulai dari harga seribu.

Berdasarkan konsep dan penjelasan di atas penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai mekanisme penentuan harga produk yang dilakukan oleh para pengusaha percetakan dengan memasang promosi dengan harga undangan mulai dari seribu dan juga bagaimana mekanisme penentuan harga dalam Islam, dengan permasalahan-permasalahan yang dihadapi dalam memenuhi permintaan konsumen.

Dari penjelasan di atas maka penulis tertarik untuk menelitinya lebih lanjut. Penelitian ini berjudul **“Mekanisme Penentuan Harga Jasa Percetakan Pada Usaha Percetakan dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Tinjau Menurut Ekonomi Islam (Study Pada Usaha Percetakan di Kecamatan Sukajadi)”**.

B. Batasan Masalah

Usaha percetakan memiliki banyak produk yang dihasilkan antara lain yaitu undangan, pembuatan kop surat, kalender, stempel, spanduk dan lain-lainnya. Banyaknya produk yang terdapat pada usaha percetakan ini sehingga penulis tidak dapat meneliti keseluruhannya, karena berbagai keterbatasan, maka

permasalahan peneliti ini difokuskan kepada Mekanisme Penentuan Harga Jasa Percetakan Pada Usaha Percetakan Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat.

C. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan masalah di atas maka dirumuskan bahwa yang menjadi fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana mekanisme penentuan harga jasa percetakan?
- b. Bagaimana cara usaha percetakan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat?
- c. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap mekanisme penentuan harga kartu undangan pada usaha percetakan?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme penentuan harga jasa percetakan.
- b. Untuk mengetahui bagaimana cara usaha percetakan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat.
- c. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap mekanisme penentuan harga kartu undangan pada usaha percetakan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dimaksudkan dalam penelitian ini ialah:

- a. Sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy) pada Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- b. Bagi penulis, dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang bagaimana cara penentuan harga kartu undangan pada Usaha Percetakan menurut sistem ekonomi Islam.
- c. Bagi pembaca, dan tentang golongan pengusaha percetakan, agar dapat digunakan sebagai bahan acuan dan pengetahuan serta tambahan informasi dalam lebih meningkatkan usaha Menurut Sistem Ekonomi Islam.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini bersifat lapangan (*field research*) yaitu di Kecamatan Sukajadi. Adapun alasan peneliti memilih lokasi penelitian ini adalah karena lokasi ini merupakan usaha percetakan undangan sehingga diharapkan dapat memberikan data lebih valid tentang mekanisme penentuan harga jasa percetakan pada usaha percetakan dalam membangun perekonomian masyarakat menurut sistem ekonomi Islam.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha percetakan, sedangkan objek penelitian ini adalah penentuan harga jasa percetakan.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha percetakan yang berjumlah 67 pengusaha. Dari populasi tersebut penulis mengambil sampel 50% atau 33 pengusaha yang tersebar di Kecamatan Sukajadi dengan menggunakan metode random sampling. Yaitu pengambilan sampel secara acak yang mana semua individu dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

Pengambilan sampel ditentukan dengan cara representatif dimana ada 3 pengelompokan tingkat usaha percetakan yaitu pengusaha percetakan besar, pengusaha percetakan sedang, pengusaha percetakan kecil masing-masing 11 pengusaha.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari pengusaha percetakan dengan cara mengajukan wawancara dan angket.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku-buku ataupun referensi lainnya yang memiliki relevansi dengan pembahasan yang penulis teliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data yang diperlukan, maka penulis menggunakan beberapa metode, yaitu

- a. Observasi yaitu cara pengumpulan data yang penulis lakukan dengan mengamati fenomena yang terjadi dilapangan.

- b. Wawancara yaitu merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada subjek..
- c. Angket yaitu dengan cara membuat pertanyaan yang berhubungan dengan keperluan penelitian yang diajukan pada sumbernya.

6. Metode Analisa Data.

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Yaitu menganalisa data-data berdasarkan persamaan jenis dari data tersebut, kemudian diuraikan antara suatu data dengan data yang lainnya. Sehingga diperoleh gambaran umum yang utuh tentang masalah yang diteliti.

7. Metode Penulisan

- a. Metode Deduktif yaitu mengumpulkan data-data umum kemudian dianalisis dan diuraikan secara khusus.
- b. Metode Deskriptif yaitu mengumpulkan data dan keterangan kemudian dianalisa hingga disusun sebagaimana yang dikehendaki dalam penelitian ini.

F. Tinjauan Kepustakaan

- a. Penelitian terdahulu penelitian yang telah dilakukan oleh mahasiswa-mahasiswa sebelumnya.
- b. Seminar yaitu sebuah pertemuan khusus yang memiliki teknis dan akademis yang tujuannya untuk melakukan studi menyeluruh tentang suatu topik tertentu dengan pemecahan suatu permasalahan yang

memerlukan interaksi di antara para peserta seminar yang dibantu oleh seorang guru besar ataupun cendikiawan

- c. Jurnal yaitu terbitan berkala yang berbentuk pamflet berseri berisi bahan yang sangat diminati orang saat diterbitkan.
- d. Referensi buku- buku yang mempunyai hubungan dengan penulis teliti.

BAB II

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Kondisi Geografis

Daerah Kecamatan Sukajadi terletak pada bagian barat pusat Kota Pekanbaru dengan luas Wilayah $3,76 \text{ Km}^2$ terdiri dari 7 (Tujuh) kelurahan dengan jumlah Penduduk 48.619 jiwa. Kemudian batas-batas wilayah Kecamatan Sukajadi berbatasan dengan 4 (empat) Kecamatan yaitu :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Senapelan.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Marpoyan Damai.
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Pekanbaru Kota
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Payung Sekaki

Kecamatan Sukajadi yang dengan luas Wilayah $3,76 \text{ Km}^2$ terdiri dari 7 (Tujuh) kelurahan. Untuk lebih jelasnya mengenai nama dan luas wilayahkelurahan yang ada di Kecamatan Sukajadi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel II. 1**Luas Kecamatan Sukajadi Berdasarkan Kelurahan**

N O	NAMA KELURAHAN	LUAS WILAYAH (Km²)	PERSENTASE (%)
1	Kampung Melayu	0.93 Km ²	24.7 %
2	Jadirejo	0.60 km ²	16 %
3	Kampung Tengah	0.55 Km ²	14.6 %
4	Sukajadi	0.44 Km ²	11.7 %
5	Pulau Karam	0.44 Km ²	11.7 %
6	Kedung Sari	0.41 Km ²	10.9 %
7	Harjosari	0.39 Km ²	10.4 %
Jumlah		3.76 Km ²	100 %

Sumber: *Kecamatan Sukajadi*

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa kelurahan Kampung Melayu memiliki luas wilayah yang cukup luas yaitu 24.7 % dari luas kecamatan Sukajadi selanjutnya kalurahan Jadirejo dengan luas 16 %, kelurahan Kampung Tengah dengan luas 14.6 %, kelurahan Sukajadi dengan kelurahan Pulau Karam sama-sama memiliki luas wilayah yaitu 11.7 %, dan kelurhan Kedung Sari dengan luas wilayah 10.9 % dan terakhir Harjosari memiliki luas wilayah 10.4 % dari luas Kecamatan Sukajadi.

B. Kondisi Demografis

Berdasarkan data dari Kecamatan Sukajadi jumlah penduduk Kecamatan Sukajadi berjumlah 46.797 jiwa atau 10.125 kepala keluarga. Dengan karakteristik yang unik, dengan berbagai suku, ada suku jawa, melayu, minang, batak, dan etnis lainnya yang hidup berdampingan dengan damai. Masing-masing suku tersebut tidak memiliki perbedaan dalam hal kemasyarakatan dan saling berbaaur satu sama lain.

Tabel berikut ini menunjukkan jumlah penduduk Kecamatan Sukajadi berdasarkan jumlah pada tiap-tiap kelurahan:

Tabel II. 2

Jumlah Penduduk Kecamatan Sukajadi Berdasarkan Kelurahan

NO	KELURAHAN	JENIS KELAMIN		JUMLAH PENDUDUK
		LAKI-LAKI	PEREMPUAN	
1	Jadirejo	2.174	2.292	4.466
2	Kp.tengah	3.792	4.420	8.212
3	Kp.melayu	4.342	5.072	9.414
4	Kedungsari	3.466	3.466	7.005
5	Harjosari	2.295	2.375	4.670
6	Sukajadi	3.623	5.449	9.072
7	Pulau karam	1.959	1.999	3.958
	JUMLAH	21.724	25.073	46.797

Sumber: *Kecamatan Sukajadi*

Berdasarkan tabel diatas mayoritas penduduk di Kecamatan Sukajadi berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 25.073 jiwa dibandingkan dengan jumlah laki-laki yang hanya berjumlah 21.724 jiwa . kelurahan kampung melayu merupakan kelurahan yang mempunyai jumlah penduduk yang cukup tinggi dibandingkan dengan kelurahan lainnya.

Tabel berikut ini menunjukkan penduduk Kecamatan Sukajadi berdasarkan tingkat pendidikan akhir dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel II. 3

Penduduk Kecamatan Sukajadi Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir

NO	KELURAHAN	JUMLAH PENDUDUK MENURUT PENDIDIKAN									JUMLAH PENDUDUK
		Blum. Sekolah	Tdk tmt SD	T. SD	SLTP	SLTA	D.III	SI	S2	S3	
1	Jadirejo	608	505	661	814	987	449	408	34	0	4.466
2	Kp. Tengah	2.019	19	1.263	1565	1,368	1,264	701	13	0	8.212
3	Kp. Melayu	1.543	213	1.066	1852	4,368	83	250	35	4	9.414
4	Kedung Sari	866	278	459	1521	2,720	587	500	71	3	7.005
5	Harjosari	725	179	323	392	1,522	677	845	6	1	4.670
6	Sukajadi	2.841	917	889	1760	1,627	493	526	18	1	9.072
7	P.Karam	604	241	553	736	1,022	510	244	48	0	3.958
	Jumlah	9.206	2.352	5.214	8.640	13.614	4.063	3.474	225	9	46.797

Sumber: *Kecamatan Sukajadi*

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan penduduk kecamatan Sukajadi yang belum sekolah sebanyak 9.206 orang, tidak tamat SD sebanyak 2.352 orang, tamat SD sebanyak 5.214 orang, SLTP sebanyak 8.640 orang, SLTA sebanyak 13. 614 orang, D 3 sebanyak 4.063 orang, S 1 sebanyak 3.474 orang, S 2 sebanyak 225 orang dan pendidikan S 3 sebanyak 9 orang.

C. Kondisi Ekonomi

Pertumbuhan penduduk dan pembangunan kota Pekanbaru umumnya dan kecamatan Sukajadi khususnya berdampak terhadap ekonomi masyarakat, kota pekanbaru merupakan salah satu kota di Indonesia yang sedang berkembang dimana masyarakat hidup dengan mata pencaharian yang beragam. Mata pencaharian penduduk di wilayah Kecamatan Sukajadi pada umumnya adalah Wiraswasta/pedagang, pegawai swasta, pegawai negeri, dan buruh.

Tabel II. 4
Mata Pencaharian Masyarakat Kecamatan Sukajadi

No	Jenis mata pencaharian	Jumlah (orang)
1	PNS	2.467
2	TNI / POLRI	567
3	Pegawai Swasta	2.619
4	Pensiun PNS	565
5	Pensiun ABRI	332
6	Buruh	2.345
7	Tukang	2.121
8	Petani	23
9	Pedagang	4.711
10	Angkutan	1.557
	Jumlah	17.307

Sumber: *Kecamatan Sukajadi*

D. Kondisi Sarana dan Prasarana

1. Pendidikan

Pendidikan merupakan sarana untuk mencerdaskan kehidupan anak bangsa, oleh sebab itu berhasil atau tidaknya pembangunan di kota ini layak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Sumber daya manusia merupakan salah satu potensi yang sangat esensial dalam pelaksanaan pembangunan. Selain itu, terwujudnya masyarakat yang semakin sejahtera dapat diperoleh melalui tingkat pendidikan. Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor Kecamatan Sukajadi ini pendidikan dapat dilihat dalam tabel berikut:

TABEL II. 5

Jumlah Sarana Pendidikan Menurut Tingkatan Pendidikan di Kecamatan Sukajadi.

NO	JENIS PENDIDIKAN	JUMLAH
1	TK	16
2	SD	25
3	SMP	9
4	SMU	3
5	SMK	3
	JUMLAH	56

Sumber: *Kecamatan Sukajadi*

Berdasarkan data tersebut terlihat ada banyak fasilitas pendidikan terdapat 16 (enam belas) Taman Kanak-kanak, 25 (dua puluh lima) Sekolah Dasar, 9 (sembilan) SMP, 3 (tiga) SMU dan 3 (tiga) SMK.

2. Sarana Kesehatan

Kesehatan merupakan salah satu komponen ukuran tingkat kesejahteraan masyarakat yang ditunjukkan oleh derajat kesehatan masyarakat. Di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru Riau derajat kesehatan masyarakat dapat diamati melalui beberapa unsur, meliputi angka kesakitan, angka kematian, dan status gizi yang menunjukkan menunjukkan tidak begitu menggembarakan.

Kesehatan sebagai unsur terpenting dalam menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas, oleh karena dengan tingkat kesehatan yang baik maka manusia akan lebih mudah untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan melalui pendidikan dan latihan yang pada akhirnya menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi.

Tabel II.6

Sarana Kesehatan di Wilayah Kecamatan Sukajadi

NO	SARANA KESEHATAN	JUMLAH
1	Rumah sakit	2
2	Puskesmas dan puskesmas pembantu	3
3	Balai pengobatan	5
	JUMLAH	9

3. Sarana Ibadah

Untuk mengetahui sarana dan tempat ibadah masyarakat di Kecamatan Sukajadi secara terperinci dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel II.7

Sarana Ibadah Di Kecamatan Sukajadi

NO	SARANA IBADAH	JUMLAH
1	Mushala	19
2	Masjid	38
3	Gereja	4
	JUMLAH	61

Sumber: *Kecamatan Sukajadi*

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa jumlah mushala 19 buah, masjid 38 buah, gereja 4 buah. hal ini dapat dipahami bahwa mayoritas penduduk di Kecamatan Sukajadi memeluk agam Islam.

E. Administrasi Pemerintahan

Pelaksanaan Administrasi Pemerintahan untuk Wilayah Kecamatan Sukajadi sampai saat ini dapat berjalan dengan baik dan lancar dengan jangkauan pelayanan 7 Kelurahan , 38 RW dan 147 RT. Untuk memudahkan masyarakat mendapatkan pelayanan telah dibuka loket pelayanan di Kantor Kecamatan. Pada Loket pelayanan

tersebut secara transparan ditetapkan proses, mekanisme, waktu, tarif, dan dasar hukum pemberian pelayanan.

Jumlah aparat pemerintahan di Kecamatan Sukajadi adalah 68 Orang , 16 Orang diantaranya berada di Sekretariat Kecamatan dan UPTD Disdukcapil 5 Orang.

Kecamatan Sukajadi telah mendapatkan beberapa penghargaan dan sertifikasi dari pelayanan yang telah dilaksanakan selama ini. Kecamatan Sukajadi sampai saat ini telah mendapatkan beberapa penghargaan diantaranya sebagai berikut :

- **BIDANG PEMERINTAHAN :**
 1. ISO Tahun 2009 dan tahun 2010
 2. Juara III Lomba Kelurahan Tingkat Kota tahun 2009 (Kelurahan Kedung Sari)

- **BIDANG PEMBANGUNAN / EKONOMI :**
 1. Juara I PNPM Sekota Pekanbaru Tahun 2009 (Kelurahan Harjosari)
 2. Juara II PNPM Sekota Pekanbaru Tahun 2009 (Kelurahan Kampung Tengah)
 3. Juara III PNPM Sekota Pekanbaru Tahun 2009 (Kelurahan Kampung Melayu)

- **BIDANG KORPRI :**
 1. Lomba Bakiak dalam rangka HUT KORPRI ke-37 tahun 2008 juara II

- BIDANG DHARMA WANITA :
 1. Lomba Hapalan Surat yasin dalam rangka HUT Dharma Wanita ke IV juara I tahun 2008
 2. Lomba Busana Bordir Khas Melayu Riau Tahun 2009 Juara I
 3. Lomba Kompang Festival Danau Buatan V Tahun 2009 disbudpar Kota pekanbaru Juara III
 4. Lomba Busana Melayu Festival Danau Buatan V Tahun 2009 Juara III Putri
 5. Lomba Bordir Khas Melayu tahun 2010 juara I
- BIDANG PKK :
 1. Lomba Mars PKK dalam rangka HUT Hari Jadi Kota Pekanbaru ke - 225 Juara II tahun 2009
 2. Lomba Stan MTQ ke-42 Tahun 2009 Juara II
- BIDANG BKMT :
 1. Lomba Shalawat Badar se-Kota Pekanbaru bersempena Hari Jadi Kota Pekanbaru ke-225 Juara I Tahun 2009
 2. Lomba Shalawat badar antar Majlis Ta'lim se-Kota Pekanbaru sebagai Peserta terbaik Juara I Tahun 2009
 3. Lomba Pawai Shalawat Badar keliling Kecamatan masing-masing se-Kota pekanbaru sebagai Peserta terbaik II diberikan oleh Ketua Pd BKMT Kota Pekanbaru Tahun 2010

4. Lomba ASMA UL'HUSNA antar Majelis Ta'lim se-Kota pekanbaru sebagai Peserta Terbaik II Tahun 2010
5. Lomba Shalawat Badar se-Kota Pekanbaru Juara II tahun 2010
- BIDANG SOSIAL LAINNYA :
 1. Lomba Penyuluhan Dalam Rangka Hari Jadi Kota Pekanbaru Ke-224 HARGANAS Ke- 15 Tahun 2008 Juara Harapan II
 2. Lomba Penyuluhan Dalam rangka Khas Tradisional Melayu se-Kota Pekanbaru Bersempena Hari Jadi Kota Pekanbaru Ke-225 Tahun 2009 dan HARGANAS XVI Tahun 2009 Juara III Oleh Walikota Pekanbaru
 3. Lomba Cerdas Cermat Juara I Tahun 2009
 4. Lomba Penyuluhan Dalam Rangka Hari Jadi Kota Pekanbaru Ke-225 Juara III Tahun 2009
 5. Lomba Busana Melayu Festival Danau Buatan V Tahun 2009 Juara III Putri
 6. Lomba Pacu Sampan Festival Danau Buatan V Tahun 2009 Juara III Putri
 7. Lomba Pacu Sampan Festival Danau Buatan V Tahun 2009 Juara I Putra
 8. Lomba Pidato Melayu Putra Se- Kota Pekanbaru Bersempena Hari Jadi Kota Pekanbaru Ke-225 Juara I tahun 2009

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Pengertian Mekanisme

Mekanisme adalah proses yang berjalan atas daya dasar gaya tarik-menarik antara konsumen-konsumen dan produsen-produsen yang bertemu di pasar. Hasil netto dari kekuatan tarik-menarik tersebut adalah terjadinya harga untuk setiap barang dan untuk setiap faktor produksi.¹

B. Pengertian Harga

Harga (*Price*) adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh produk yang diinginkan. Dalam pengertian luas harga adalah sejumlah pengorbanan yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.² Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.³

Harga adalah hal penting. Karena harga menentukan nilai pendapatan yang diterima. Harga harus ditentukan dengan benar dalam arti tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah.⁴

Standar alat tukar sangat penting untuk menentukan suatu harga yang setara dalam jual beli. Jika harga yang ditentukan senilai dengan barang yang dibeli, maka

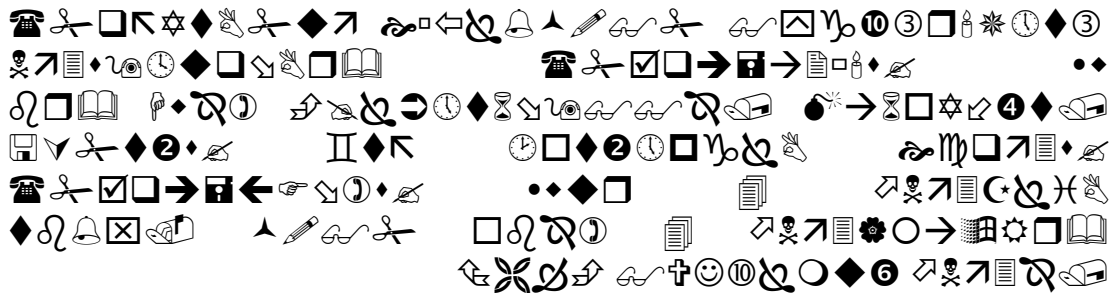
¹ Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, (Jakarta: Pusaka Amani, 1999), h. 572.

² Suharno, Yudi Sutano, *Marketing In Practice*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 178.

³ Ali Hasan, *Marketing*, (Yogyakarta: Media Pressindo 2008) Cet. Ke-1, h. 299-300.

⁴ Sentot Imam Wahyono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 114.

pembeli dan nilai barang tersebut seharga dengan alat tukar yang diberikan pembeli, kemudian dilanjutkan dengan serah terima *ijab qabul* yang sah disertai saling ridha meridhai, maka terjadilah keadilan harga dalam jual beli. Sesuai dengan firman Allah swt :



Artinya : ” Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu kepadamu”. (Q.S. Annisa’: 29)⁵

Ayat tersebut menjelaskan bahwa adanya keadilan dalam melakukan transaksi, dalam hal ini jual beli yang di dalamnya terdapat unsur harga. Harga adalah instrument penting dalam jual beli, ketika harga yang ditawarkan itu wajar dan sesuai dengan mekanisme pasar serta aturan yang berlaku maka akan terjadi keadilan harga. Namun, jika harga itu ditetapkan dengan cara *bathil* yang dimasuki unsur-unsur politik, syahwat mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, maka yang akan terjadi adalah ketidakadilan harga.

Harga menjadi ukuran bagi konsumen tatkala ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan

⁵ Departemen Agama, *Al-Quran Dan Terjemahannya*, (Semarang: Cv Toha Putra, 1990).

dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atas mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal, sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya terlalu mahal.

Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak berjangkauan jauh, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli. Bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik penjual, apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penentuan harga yang tidak diinginkan oleh para pembeli (dalam hal ini sebagian masyarakat) bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan, reaksi penolakan itu bisa diekspresikan dalam berbagai tindakan yang kadang-kadang mengarah kepada tindakan anarkis atau kekerasan yang melanggar norma hukum.⁶

C. Tujuan Penentuan Harga

Menetapkan tujuan berdasarkan harga merupakan pekerjaan yang paling fleksibel, dapat diubah secara cepat sejalan dengan perubahan pasar, termasuk masalah persaingan harga. Secara umum, penetapan harga bertujuan untuk mencari

⁶ Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2001), Cet Ke-8, Jilid 1, h. 439.

laba agar perusahaan dapat berjalan. Dalam kondisi ini persaingan yang semakin ketat, tujuan mencari laba secara maksimal dalam praktiknya akan sulit di capai.⁷

Terdapat empat tujuan penetapan harga yaitu maksimisasi keuntungan, maksimisasi pendapatan, maksimisasi pangsa pasar, kepemimpinan mutu.

a. Maksimalisasi keuntungan

Dalam teori ekonomi klasik disebutkan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan keuntungan paling tinggi dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variable yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, maka maksimisasi keuntungan sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu, dengan demikian, tidak mungkin suatu perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi.⁸

b. Maksimisasi pendapatan

Perusahaan yang ingin mendapatkan pertumbuhan pasar sering bersedia mengorbankan sedikit keuntungan demi volume penjualan yang lebih tinggi. Karena sulit untuk mengukur permintaan, beberapa perusahaan yakin bahwa lebih mudah meningkatkan keuntungan yang sifatnya abstrak. Harga yang lebih rendah serta diiringi dengan maksimalisasi pendapatan dapat pula digunakan supaya kompetitor tidak dapat memasuki pasar.

⁷ Ali Hasan, *op.cit.*, h. 299-300.

⁸ *Ibid.*

c. Maksimisasi pangsa pasar

Tujuan maksimisasi pangsa pasar untuk mendapatkan posisi pasar akan mengorbankan berbagai keuntungan dan pendapatan. Ancangan ini biasanya dipakai untuk menerobos pasar baru. Volume pangsa pasar yang maksimal biasanya penting dalam situasi di mana data penjualan unit dan angka-angka pangsa pasar tersedia bagi umum. Maksimisasi pangsa pasar paling baik dipakai tatkala perusahaan mempunyai arus kas dari lini produk lain yang dapat digunakan untuk mensubsidi silang perbaikan produk dan ekspansi fasilitas produksi.⁹

d. Kepemimpinan Mutu / Kualitas Produk (Image)

Tujuan penentuan harga lainnya adalah untuk menompang suatu citra seperti pemimpin mutu di sebuah pasar. Citra (image) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra dan mutu kualitas barang.¹⁰ Beberapa pelanggan menggunakan harga sebagai indikator mutu. Para pembeli cenderung menyukai produk berharga lebih mahal mana kala harga merupakan satu-satunya informasi yang tersedia, ketika mereka yakin bahwa mutu dari merek-merek yang ada adalah besar. Konsekuensinya, harga premium memapukan perusahaan menanamkan persepsi di benak pelanggan bahwa produk perusahaan tersebut bermutu tinggi.¹¹

⁹ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* (Salemba Empat: Jakarta, 2000) jilid 2, h. 575-576.

¹⁰ Fandy Tyiptono, *Strategi Pemasaran*(Andi Offset: Yogyakarta, 2008) h. 153.

¹¹ Henry Simamora, *loc.cit.*

D. Faktor-Faktor Penentuan Harga

Terdapat batasan yang menyebabkan penetapan suatu harga melalui sebuah progres, yakni faktor yang mempengaruhinya. Berikut ini beberapa faktor yang paling mendasari terbentuknya tingkat harga pada setiap usaha.

a. Keadaan perekonomian

Saat krisis moneter terjadi di Asia dan juga di Indonesia pada 1997, menyebabkan nilai tukar US dolar yang awalnya sekitar Rp.2000/1 dolar naik menjadi Rp.9000/1 US dolar bahkan sempat menembus angka di atas Rp. 15.000/1 US dolar. Hal ini menyebabkan kepanikan dan secara spontan harga barang-barang saat itu naik, bahkan sampai harga sembako melambung selangit.

MA. Mannan mengatakan, control harga oleh pemerintah akan dapat mengatur harga maksimum dan dapat membantuk keselarasan antara kepentingan konsumen dan produsen. Pemerintah juga dapat mengatasi sikap-sikap dan praktek-praktek eksploitatif terdapat salah salah satu pihak yang terlibat di pasar.¹²

b. Permintaan dan penawaran

Permintaan adalah sejumlah barang yang diminta oleh konsumen pada tingkat harga tertentu, yang pada umumnya semakin rendah harga, permintaan akan mengalami kenaikan, sementara penawaran kebalikannya, yakni jumlah yang ditawarkan penjual pada tingkat harga tertentu.

¹² Ma. Mannan, *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*,(Yogyakarta : PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), h. 154.

Menurut Ibnu Khaldun faktor yang mempengaruhi penawaran adalah banyaknya permintaan, tingkat keuntungan relative (tingkat harga), tingkat usaha manusia (produktifitas), besarnya tenaga buruh termasuk ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki, keamanan dan ketenangan, serta kemampuan teknik dan perkembangan masyarakat secara keseluruhan. Sedangkan faktor yang mempengaruhi permintaan adalah pendapatan, jumlah penduduk, kebiasaan dan adat istiadat masyarakat, serta pembangunan dan kemakmuran masyarakat secara umum.¹³

c. Elastisitas permintaan

Faktor lain adalah sifat permintaan pasar, yang tidak hanya mempengaruhi harga tapi juga volume yang dapat dijual. Jika harga naik penjualan akan menurun, demikian juga sebaliknya.

d. Persaingan

Bentuk dari sifat persaingan beragam, hal ini akan mempengaruhi strategi penetapan harga. Beberapa bentuk persaingan tersebut adalah sebagai berikut:

- **Persaingan tidak sempurna**, hal ini umumnya terjadi pada barang- barang manufaktur yang menyebabkan barang dengan merek tertentu mengalami kesulitan dalam pemasaran karena adanya perbedaan dari merek.
- **Oligopoli**, terjadi pada saat beberapa orang penjual yang menguasai pasar sehingga harga yang ditetapkan tinggi.

¹³ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010) Edisi. 1, Cet. 3, h.99.

- **Monopoli**, terjadi dalam keadaan jumlah penjual yang ada di pasar hanya satu, sehingga penentuan harga dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti permintaan barang tersebut, harga barang-barang substitusi/pengganti, dan peraturan pemerintah.

e. Biaya

Penetapan harga sering dilakukan berdasar berapa besar biaya dasar. Jika harga jual di atas biaya, marjinnya akan menjadi keuntungan. Jika sebaliknya, yang terjadi adalah sebaliknya.¹⁴

Definisi tersebut menjelaskan bahwa setiap perusahaan harus memutuskan dimana ia akan menempatkan produknya berdasarkan mutu dan harga. Harga jual merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, konsumen akan membeli suatu produk apabila ada keseimbangan antara alasan dalam menetapkan harga jual.

Sudarsono menyatakan bahwa “Dalam menetapkan harga jual perlu dipertimbangkan beberapa hal, antara lain:

- (a) harga pokok jual barang,
- (b) harga barang sejenis,
- (c) daya beli masyarakat,
- (d) jangka waktu perputaran modal,
- (e) peraturan-peraturan dan sebagainya”.

¹⁴ Arif Rahman, *Strategi Dahsyat Marketing Mix For Small Business: Cara Jitu Merontokkan Pesaing*, (Jakarta: Trans Media 2010), Cet. Ke-1, h. 93-95.

Faktor-faktor tersebut merupakan faktor-faktor objektif. Artinya pendapatan pribadi pengusaha atau pedagang tidak ikut berperan, atau kalau pun ada hanya kecil sekali. Faktor-faktor objektif ini kadang kadang tidak cukup kuat untuk dipakai sebagai dasar penentuan harga, sehingga ada faktor-faktor pertimbangan subyektif. Dalam melaksanakan penetapan harga, berdasarkan pendapat Kotler 1996, maka produsen harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Kondisi pasar: dalam hal ini produsen harus mengenal secara mendalam kondisi pasar (monopoli atau persaingan bebas atau hal lainnya) yang akan dimasuki, perusahaan competitor termasuk bentuk perusahaan serta peta kekuatan/kelemahan kompetitor.¹⁵
- b. Harga produk saingan: Dalam menentukan harga sebaiknya kita harus mengenal harga pesaing yang ada di pasar (price awareness) dan harga yang diberikan ke konsumen. Biasanya harga yang beredar di pasaran berbeda dengan harga yang diberikan ke pelanggan. Hal ini disebabkan strategi competitor dan aspek lainnya antara kompetitor dengan pelanggannya. Untuk itu sangat diperlukan riset ke lapangan dalam bentuk riset kuantitatif dan dibantu dengan marketing inteligent.
- c. Elastis permintaan dan besaran permintaan: Yang dimaksud dengan elastis disini adalah untuk mengetahui berapa besar perubahan permintaan yang disebabkan dengan perubahan harga. Disamping itu pula sangat diperlukan respon konsumen terhadap perubahan harga yang dikaitkan dengan penggunaan

¹⁵ *Ibid.*

produk itu sendiri. Misal dengan penurunan harga maka konsumen akan membeli lebih banyak atau malah tidak jadi membeli, begitu pula sebaliknya.

- d. *Differensiasi dan Life Cycle Produk*. Dalam memenangkan pasar bagi suatu produk tentunya sangat dibutuhkan perbedaan dengan produk kompetitor. Untuk itu sangat diperlukan pemahaman akan perbedaan terhadap competitor baik aspek kualitas, pelayanan dan faktor lainnya. Di samping itu harus mengenal posisi produk yang dikaitkan dengan waktu dan besarnya penjualan. Dengan pengenalan dan pemahaman kondisi produk maka produsen akan lebih mudah dan bebas menentukan tarif.
- e. *Faktor lainnya*. Pemahaman kondisi ekonomi yang terjadi saat ini dan perkiraan kedepan yang akan terjadi merupakan kunci pokok dalam upaya mengetahui daya beli masyarakat, disamping memperkirakan kondisi politik dan keamanan.¹⁶

Menurut Ibnu Taimiyah, suatu harga dipertimbangkan oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Naik turun harga tak selalu berkait dengan penguasaan (*zulm*) yang dilakukan oleh seseorang. Sesekali alasannya adalah karena adanya kekurangan dalam produksi atau penurunan impor dari barang-barang yang diminta. Jadi, jika kebutuhan terhadap jumlah barang meningkat, sementara kemampuan menyediakannya menurun, harga dengan sendirinya akan naik. Disisi lain, jika kemampuan menyediakan barang meningkat dan permintaan menurun, harga akan

¹⁶ *Ibid*

turun. Kelangkaan dan kelimpahan tak mesti diakibatkan oleh perbuatan seseorang. atau sesekali bisa juga disebabkan oleh ketidakadilan.¹⁷

Ibnu taimiyah memberikan penjelasan yang rinci tentang beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan dan tingkat harga. Adapun faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :¹⁸

1. Permintaan masyarakat (*al-ragabah*) yang sangat bervariasi (*people's desire*) terhadap barang . faktor ini tergantung jumlah barang yang tersedia (*al- mutlub*). Suatu barang yang semakin disukai jika jumlahnya relative kecil (*scare*) dari pada yang banyak jumlahnya.
2. Tergantung kepada jumlah orang yang membutuhkan barang (*demand/consumer/ tullab*). Semakin banyak jumlah peminatnya, semakin tinggi nilainya.
3. Harga juga dipengaruhi oleh kuat lemahnya kebutuhan terhadap suatu barang, selain juga besar dan kecilnya permintaan. Jika kebutuhan terhadap suatu barang kuat dan jumlahnya besar, maka harga akan naik lebih tinggi jika dibandingkan dengan kebutuhan yang lemah dan sedikit.
4. Harga juga akan bervariasi menurut kualitas pembeli barang tersebut (*al-mua'awid*). Jika pembeli merupakan orang kaya atau terpercaya (*kredibel*) dalam membayar kewajibannya, maka kemungkinan ia akan memperoleh

¹⁷ Ibnu Taimiyah, “ *Alhisbah Fi Al Islam* ”, (Kairo: Dar Al-Sa’ab 1976), h. 41.

¹⁸ Ibnu Taimiyah, “ *Majmu’ Fatawa*”, (Kairo: Dar Al-Sa’ab 1976), h. 304-306

tingkat harga yang lebih rendah dibandingkan dengan orang yang tidak *kredibel* (suka menunda kewajiban atau mengingkarinya).

5. Tingkat harga juga dipengaruhi oleh jenis uang yang dipergunakan sebagai alat pembayaran. Jika menggunakan jenis mata uang yang umum dipakai, maka kemungkinan harga relative lebih rendah jika dibandingkan dengan menggunakan mata uang yang tidak umum atau kurang diterima secara luas.

Hal ini dapat terjadi karena tujuan dari suatu transaksi haruslah menguntungkan penjual dan pembeli. Jika pembeli memiliki kemampuan untuk membayar dan dapat memenuhi semua janjinya, maka transaksi akan lebih mudah atau lancar dibandingkan dengan jika membeli tidak memiliki kemampuan membayar dan mengingkari janjinya. Tingkat kemampuan dan kredibilitas pembeli berbeda-beda. Hal ini berlaku bagi pembeli maupun penjualnya, penyewa dan yang menyewakan, dan siapapun juga. Objek dari suatu transaksi terkadang (secara fisik) nyata atau juga tidak nyata. Tingkat harga barang yang lebih nyata (secara fisik) akan lebih rendah dibandingkan dengan yang tidak nyata. Hal yang sama dapat diterapkan untuk pembeli yang kadang-kadang dapat membayar karena memiliki uang, tetapi kadang-kadang mereka tidak memiliki uang cash dan ingin menjamin. Harga pada kasus pertama kemungkinan lebih rendah dari pada yang kedua.¹⁹Harga yang tepat adalah

¹⁹ Ibnu Taimiyah, *op. cit.*, h. 42

harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.²⁰

Ketiga faktor utama yang mempengaruhi tingkat harga dalam sistem pasar Islam adanya kombinasi antara kekuatan murni pasar yang abstrak berupa pengaruh-pengaruh yang muncul akibat pergeseran faktor-faktor produksi, permintaan dan harga, dengan kekuatan nyata, yaitu campur tangan pemerintah. Disamping ketiga faktor pokok tersebut terdapat pula sub-sub faktor yang melekat pada faktor utama tersebut seperti faktor daya beli konsumen yang melekat pada faktor permintaan dan faktor kelancaran pasokan barang yang melekat pada faktor penawaran. Demikian juga faktor-faktor lainnya yang bersifat sampingan dan temporer, seperti kejatuhan import dan kelangkaan bahan baku termasuk pula nilai kerja sebagai faktor penting produksi. Namun demikian faktor utama yang menentukan harga pasar adalah faktor penawaran dan permintaan yang telah ditetapkan sebagai hukum dasar.

E. Harga Equilibrium (Harga Yang Adil)

Equilibrium price (harga yang adil) dalam perspektif ekonomi Islam adalah harga yang tidak menimbulkan dampak negatif (bahaya) ataupun kerugian bagi para pelaku pasar, baik dari sisi penjual maupun pembeli.²¹

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga

²⁰ *Ibid*

²¹ *Ibid.*

yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syari`ah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.²²

Harga yang tidak dapat dikatakan adil apabila harga tersebut terlalu rendah, sehingga penjual ataupun produsen tidak dapat me-recovery atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan. Sebaliknya harga tidak boleh terlalu tinggi, karena akan berdampak pada daya beli pembeli dan konsumen.

Harga yang adil adalah harga yang dapat menutupi semua biaya operasional produsen dengan margin laba tertentu, serta tidak dapat menutupi semua biaya.operasional produsen dengan margin laba tertentu, serta tidak merugikan para pembeli. kedzaliman dapat juga terjadi apabila intervensi harga yang dilakukan pemerintah tidak menggunakan kalkulasi matematis-ekonomis, sedangkan bagi para pelaku hanya berdasarkan pengalaman yang dimiliki. Pada akhirnya harga yang ditetapkan dapat menimbulkan kerugian bagi pihak tertentu.

²² M. Ishak, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta, Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam Universitas Jogjakarta, 2003) , h. 331-332.

F. Pemikiran Ibnu Taimiyah Tentang Harga Yang Adil (*Qimah Al Adl*)

Menurut Ibnu Taimiyah, suatu harga dipertimbangkan oleh kekuatan penawaran dan permintaan. Naik turunnya harga tak selalu berkait dengan penguasaan (*zulm*) yang dilakukan oleh seseorang. Sesekali alasannya adalah karena adanya kekurangan dalam produksi atau penurunan impor dari barang –barang yang diminta. Jadi, jika kebutuhan terhadap jumlah barang meningkat, sementara kemampuan menyediakannya menurun, harga dengan sendirinya akan naik. Disisi lain, jika kemampuan penyediaan barang meningkat dan permintaan menurun, harga akan turun. Kelangkaan dan kelimpahan tak mesti diakibatkan oleh perbuatan seseorang. Bisa saja berkaitan dengan sebab yang tidak melibatkan ketidakadilan. Atau sesekali bisa juga diakibatkan oleh ketidakadilan.²³

Ibnu taimiyah dalam kitabnya Al- Hisbah fi Al-Islam membedakan dua jenis harga, yakni harga yang tidak adil dan cacat hukum serta harga yang adil dan sah menurut hukum

ومن هنا يتبين أن السعر منه ما هو ظلم لا يجوز، ومنه ما هو عدل جائز

Dan dari sini jelaslah bahwa harga itu diantaranya ada yang zholim dan dia tidak diperbolehkan, dan ada juga harga yang adil dan dia diperbolehkan.

Dalam kitab al hisbah Ibnu Taimiyah lebih menjelaskan apa yang dimaksud dengan harga yang adil yaitu:

²³ Ibnu Taimiyah, “*Alhisbah Fi Al Islam*”, (Kairo: Dar Al-Sa’ab 1976), h. 41.

فإذا كان الناس يبيعون سلعهم على الوجه المعروف من غير ظلم منهم وقد ارتفع السعر

إما لقلّة الشيء ، وإما لكثرة الخلق ، فهذا إلى الله

Apabila orang-orang memperjual belikan barang dagangannya dengan cara-cara yang bisa dilakukan tanpa ada pihak yang dizholimi kemudian harga mengalami kenaikan karena kurangnya persediaan barang ataupun bertambahnya jumlah penduduk (permintaan) maka semata-mata karena Allah SWT.²⁴

Dalam membicarakan harga yang adil, Ibnu Taimiyah menggunakan dua istilah, yaitu: Harga Yang Setara (*Tsaman Al-Mitsl*) dan Kompensasi Yang Setara (*Iwadh Al-Mitsl*).²⁵

1. Harga Yang Setara (*Tsaman Al-Mitsl*)

Konsep Ibnu Taimiyah tentang harga yang setara mempunyai kesamaan dengan konsep harga yang setara yang disampaikan oleh pemikir *Sekolastis* yang bernama Aquinas. Akan tetapi Ibnu Taimiyah member makna yang lebih luas dia menganjurkan dalam menetapkan harga yang setara itu dengan pertimbangan apabila suatu barang tersebut tidak ada disuatu tempat. Secara eksplisit dia menganjurkan pertimbangan untuk mempertemukan antara nilai subjektif dari pembeli dan nilai objektif dari penjual.

Tujuan utama dari harga setara adalah memelihara keadilan dalam mengadakan transaksi timbal-balik dan hubungan-hubungan lain diantara

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Ibid.*

anggota masyarakat. Pada konsep harga yang setara pihak penjual dan pembeli sama-sama merasakan keadilan.

2. Kompensasi Yang Setara (*Iwadh Al- Mitsl*)

Dalam mendefinisikan “ kompensasi yang setara”, Ibnu Taimiyah berkata: “ yang di maksud kesetaraan adalah kuantitas dari objek khusus dalam menggunakan secara umum (*‘urf*). Itu juga berkait dengan nilai dasar (*rate/si’r*) dan kebiasaan”. Lebih dari itu ia menambahkan: “ evaluasi yang benar terhadap kompensasi yang adil didasarkan atas analogi yang taksiran dari barang tersebut dengan barang lain yang setara (*equivalent*)”. Inilah benar-benar adil dan benar-benar direimakan di dalam penggunaannya.²⁶

Menurut Ibnu Taimiyah menjelaskan permasalahan kompensasi yang setara, muncul ketika membongkar masalah moral dan kewajiban hukum (berkaitan dengan kepemilikan barang). Menurutnya, prinsip-prinsip ini terkandung dalam beberapa kasus berikut:

- a) Ketika seseorang bertanggung jawab menyebabkan terluka atau rusaknya orang lain (*nufus*), hak milik (*amwal*), keperawanan dan keuntungan (*manafi*).
- b) Ketika seseorang mempunyai kewajiban membayar kembali barang atau profit yang setara atau membayar ganti rugi atas terlukanya salah satu bagian dari anggota tubuhnya.

²⁶ Ibnu Taimiyah, *op. cit.*, h. 246-248

c) Ketika seseorang dipertanyakan telah membuat kontrak tidak sah ataupun kontrak sah pada peristiwa yang menyimpang dalam kehidupan maupun hak milik.

Dari berbagai pernyataan diatas dapatlah disimpulkan, bahwa kompensasi yang adil muncul karena adanya adat kebiasaan terhadap nilai harga sesuatu benda. Sedangkan harga yang adil timbul karena adanya aktivitas permintaan dan penawaran terhadap nilai harga benda. Adapun persamaannya, sama-sama memakai konsep keadilan, yang mana harus didasarkan pada kesepakatan atau persetujuan antara dua belah pihak, atau dapat juga dikatakan tidak adanya unsure kesepakatan dan penzoliman dari salah satu pihak.²⁷

Ibnu Taimiyah menjelaskan ketika terjadinya ketidakadilan harga maka pemerintah boleh melakukan intervensi demi menjaga kemaslahatan ummat bahkan pemerintah boleh memaksa penjual untuk menjual dengan standar harga atau harga yang setara, ketika terjadi sebuah ketidakadilan yang merajalela sebagaimana diungkapkan oleh Ibnu Taimiyah dalam kitabnya *Al-Hisbah fi Al-Islam* sebagai berikut:

والواجب إذا لم يمكن دفع جميع الظلم أن يدفع الممكن منه ، فالتسعير في مثل هذا

واجب بلا نزاع ، وحقيقته : إلزامهم أن لا يبيعوا أو لا يشتروا إلا بثمن المثل

²⁷ Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ibnu Taimiyah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), h. 41

Dan wajib apabila tidak mungkin untuk menghilangkan semua kezaliman maka menghilangkan kezaliman maka menghilangkan yang mungkin saja, maka menetapkan harga yang setara ini adalah suatu kewajiban artinya memberikan konsekuensi mereka untuk menjual dan membeli hanya dengan harga yang setara.²⁸

Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwasanya kezoliman yang sengaja dilakukan akan mengakibatkan distorsi pasar. Yang pada akhirnya juga akan mengakibatkan perubahan harga, ketika perubahan tersebut terjadi karena kesenjangan atau tidak terjadi secara ilmiah maka hal tersebut tidak dapat dibenarkan. Beliau secara rinci menjelaskan hal-hal yang dianggap sebagai bentuk-bentuk distorsi itu dalam kitab majmu' fatawa sebagai berikut:

1. Distorsi Pasar pada Permintaan (Ihtikar)²⁹

Ikhtikar sering diterjemahkan sebagai monopoli dan atau penimbunan padahal sebenarnya ikhtikar tidak identik dengan monopoli dan atau penimbunan. Dalam Islam, siapapun boleh berbisnis tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual (monopoli) atau ada penjual lain. Menyimpan stok barang untuk keperluan persediaanpun tidak dilarang dalam Islam. Jadi monopoli sah-sah saja. Demikian juga menyimpan persediaan. Yang dilarang adalah ikhtikar, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi, atau istilah ekonominya disebut *monopoly's rent*. Jadi dalam Islam, monopoli boleh, sedangkan *monopoly's rent* tidak boleh. Dan suatu kegiatan masuk

²⁸ Ibnu Taimiyah, *op. cit*, h. 42

²⁹ Ibnu Taimiyah, *op. cit*, h. 192

dalam kategori *monopoly's rent*, apabila komponen-komponen berikut ini terpenuhi, yaitu:

- a. Mengupayakan adanya kelangkaan barang baik dengan cara menimbun stok atau mengenakan *entry-barriers*.
- b. Menjual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga sebelum muncul kelangkaan.
- c. Mengambil keuntungan lebih tinggi dibandingkan keuntungan sebelum komponen 1 dan 2 dilakukan.

2. Distorsi Pasar pada Penawaran (Bai' Najasy)³⁰

Transaksi *Najasy* adalah si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga yang tinggi agar orang lain tertarik. Transaksi ini diharamkan, karena si penawar sendiri tidak bermaksud benar-benar membeli barang tersebut. Ia hanya ingin menipu orang lain yang benar-benar ingin membeli. Sebelumnya orang ini telah mengadakan kesepakatan dengan penjual untuk membeli dengan harga yang tinggi agar ada pembeli yang sesungguhnya dengan harga tinggi pula dengan maksud untuk menipu. Akibatnya terjadi “permintaan palsu” (*false demand*). Oleh karena itu tingkat permintaan yang tercipta tidak dihasilkan secara alamiah.

3. Distorsi Pasar Karena Penipuan (Tadlis)³¹

³⁰ *Ibid*, h. 284

³¹ *Ibid*, h. 135.

Kondisi ideal dalam pasar adalah apabila penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang harga yang akan diperjual belikan. Apabila salah satu pihak tidak mempunyai informasi seperti yang dimiliki oleh pihak lain, maka salah satu pihak akan merasa dirugikan dan terjadi kecurangan atau penipuan.

Kitab suci Al-Quran dengan tegas telah melarang semua transaksi bisnis yang mengandung unsur penipuan dalam segala bentuk terhadap pihak lain. Seperti firman Allah SWT yang artinya : “ Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami memikulkan beban kepada seseorang malainkan sekedar kemampuannya”.

Dalam sistem ekonomi islam masalah ketimpangan informasi tentang barang yang diperjualbelikan sangat dilarang. Karena dengan adanya informasi yang tidak sama antara kedua belah pihak, maka unsur “ *an taradin minkum*”(rela sama rela) telah melanggar.

a. Sistorsi pasar karena penipuan (*tadlis*) kuantitas

Penipuan (*tadlis*) kuantitas termasuk kegiatan menjual barang kuantitas sedikit dengan harga barang kuantitas banyak. Misalnya, menjual baju satu container. Karena jumlah banyak dan tidak mungkin untuk menghitung satu persatu, penjual berusaha melakukan penipuan dengan mengurangi jumlah barang yang akan dikirim kepada pembeli. Praktik mengurangi timbangan atau mengurangi takaran merupakan contoh klasik yang selalu digunakan untuk menerangkan penipuan kuantitas.

b. Sitorsi Pasar Karena Penipuan (*Tadlis*) Kualitas

Termasuk dalam *tadlis* kualitas adalah menyembunyikan cacat atau kualitas barang yang buruk yang tidak sesuai dengan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Contohnya dalam penjualan komputer bekas, pedagang computer bekas dengan kualitas Pentium III dalam kondisi 80% baik, dengan harga Rp. 3.000.000,-. Pada kenyataannya, yidak semua penjual menjual komputer bekas dengan kualifikasi yang sama. Sebagian penjual menjual komputer dengan kualifikasi yang lebih rendah tetapi dengan harga yang sama yaitu Rp. 3.000.000,-. Pembeli tidak dapat membedakan mana komputer dengan kualifikasi yang lebih tinggi dan mana yang lebih rendah, hanya penjual saja yang mengetahui dengan pasti kualifikasi komputer yang dijualnya itu.berarti melakukan sesuatu secara membabi buta, tanpa pengetahuan yang mencukupi, atau mengambil resiko sendiri dari sesuatu pembuatan yang mengandung resiko tanpa mengetahui dengan persis apa akibatnya, atau memasuki kanca resiko tanpa memikirkan konsekuensinya. Seperti yang telah disinggung dimuka, baik *tagrir* maupun *tadlis* keduanya terjadi karena adanya *incomplete information*. Bedanya dalam *tadlis incomplete information* ini hanya dialami oleh satu pihak saja (*unknown to one party*), misalnya pembeli saja, atau penjual saja. Sedangkan dalam *tagrir*, *incomplete information* dialami oleh kedua belah pihak (baik pembeli maupun penjual). Karena itu kasus *tagrir* terjadi bila unsur ketidakpastian yang melibatkan kedua belah pihak (*unknown to both parties*).

Dalam ilmu ekonomi, tagrir ini lebih dikenal sebagai ketidakpastian atau resiko. Dalam situasi kepastian, hanya ada satu hasil atau kejadian yang akan muncul dengan probabilitas sebesar satu. Dan dalam situasi ketidakpastian, *uncertainty* lebih dari satu hasil atau kejadian yang mungkin akan muncul dengan probabilitas yang berbeda-beda.

a. Distorsi Pasar Karena Ketidakpastian (*Tagrir*) Kuantitas

Contoh tagrir kuantitas adalah sistem ijon. Misalnya petani sepakat untuk menjual panennya (beras dengan kualitas A) kepada tengkuak dengan harga Rp. 750.000,- padahal pada saat kesepakatan dilakukan, sawah si petani belum dapat dipanen. Dengan demikian kesepakatan jual beli dilakukan tanpa menyebutkan spesifikasi mengenai harga kuantitas yang dijual (berapa ton, berapa kuintal, misalnya) padahal harga sudah ditetapkan. Dengan demikian terjadi ketidakpastian menyangkut kuantitas barang yang ditransaksikan.

b. Distorsi Pasar Karena Ketidakpastian (*Tagrir*) Kualitas

Contoh Tagrir Kualitas adalah penjual anak sapi yang masih dalam kandungan induknya. Penjual sepakat untuk menyerahkan anak sapi tersebut segera setelah anak sapi tersebut itu lahir, seharga Rp. 1.000.000,-. Dalam kondisi hal ini, baik sipenjual maupun sipembeli tidak dapat memastikan kondisi fisik anak sapi tersebut bila lahir. Apakah akan lahir normal, cacat, atau lahir dalam keadaan mati. Dengan demikian terjadi ketidakpastian menyangkut kualitas barang yang ditransaksikan.

c. Distorsi Pasar Karena Ketidakpastian (*Tagrir*) Harga

Tagrir harga terjadi ketika, misalnya seorang penjual menyatakan bahwa ia akan menjual satu unit panic merk ABC seharga Rp. 10.000,- bila dibayar tunai, atau Rp. 50.000,- bila dibayar kredit selama lima bulan, kemudian si pembeli menjawab “setuju”. Ketidakpastian muncul karena adanya dua harga dalam satu akad. Tidak jelas harga mana yang berlaku?. Atau ekstrimnya membayar satu hari setelah penyerahan barang, berapa harga yang berlaku?. Ektrim lainnya adalah bagaimana menentuharga bila bayar lunas sehari sebelum bulan kelima?.dalam kasus ini, walaupun antitas dan kualitas barang sudah ditentukan, tetapi terjadi ketidakpastian harga barang Karen si penjual dan si pembeli tidak menyepakati satu harga dalam akad.

d. Distorsi Pasar Karena Ketidakpastian (*Tagrir*) Waktu Penyerahan Barang

Misalkan Adi kehilangan mobil VW beetle. Ida kebetulan sudah lama ingin memiliki mobil VW beetle seperti yang dimiliki Adi, dengan karena itu ia ingin membelinya. Akhirnya Adi dan Ida membuat kesepakatan. Adi menjual mobil VW beetle yang hilang tersebut kepada Ida seharga Rp. 100.000.000,-. Harga pasar VW beetle adalah Rp. 300.000.000,-. Mobil akan segera diserahkan setelah mobil tersebut sitemukan. Dalam transaksi ini terjadi ketidakpastian menyangkut waktu penyerahan barang, karena barang yang dijual tidak diketahui keberadaannya, kemungkinan mobil

tersebut akan ditemukan satu bulan, satu tahun, atau bahkan tidak ditemukan sama sekali.

Jelaslah distorsi pasar mengakibatkan yang sangat luar biasa kepada masyarakat. Bahkan dimungkinkan karena mampu membayar harga yang tidak adil itu atau mereka mampu membayar karena terpaksa atau ketidaktahuan mereka. Dengan demikian mereka telah menjadi korban dari keganasan pasar. Oleh Karen itu mekanisme pasar harus dilengkapi dengan intervensi pemerintah yang bertujuan membantu, memberdayakan dan memberikan perlindungan dari ketidakadilan mekanisme pasar, agar dapat hidup sejahter sesuai dengan martabatnya sebagai khalifah Allah di muka bumi.

Dalam kitab Al-Hisbah, Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa penetapan harga perlu untuk mencegah manusia menjual makanan dan barang lainnya hanya kepada kelompok tertentu dengan harga yang ditetapkan sesuai keinginan mereka. Oleh karena itu, regulasi harga (*fixed price policy*) sangat mempermudah usaha mikro dalam menghadapi manipulasi pasar yang umumnya dilakukan oleh pengusaha besar. Kebijakan ini sering digunakan oleh pemerintah untuk melindungi sector usaha mikro dari kehancuran.³²

Sebagaimana Ibnu Qudamah, Ibnu Taimiyah juga sangat manjunjung tinggi mekanisme pasar yang bebas, dan karenanya menentang kebijakan intervensi ini justru wajib dilakukan, sebab Rasulullah juga pernah melakukannya. Sebagaimana dijelaskan oleh Ibnu Taimiyah membuktikan bahwa Rasulullah SAW sendiri pernah

³² *Ibid*, h. 245

menetapkan harga yang adil jika terjadi perselisihan antara dua orang. Yang di maksudkan di sini ialah : *Pertama*, Rasulullah SAW dalam mengomentari kompensasi bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil atau *qimah al adl*.³³ *Kedua*, ketika terjadi perselisihan antara dua orang, yaitu satu pihak memiliki pohon yang sebagiannya tumbuh ditanah orang lain. Pemilik tanah menemukan adanya jejak langkah pemilik pohon di atas tanahnya yang dirasakan mengganggunya. Lalu ia mengajukan masalah ini kepada Rasulullah SAW sehingga beliau memerintahkan pemilik pohon untuk menjual pohonnya itu kepada pemilik tanah dan menerima ganti rugi yang adil.³⁴ Tetapi orang itu ternyata tak melakukan apa-apa. Kemudian Rasulullah membolehkan pemilik tanah untuk menebang pohon tersebut dan ia memberikan kompensasi harganya kepada pemilik pohon

Lebih lanjut Taimiyah mengatakan:

Jika harga itu bisa ditetapkan untuk memenuhi kebutuhan satu orang saja, pastilah akan logis kalau hal ini ditetapkan untuk memenuhi kebutuhan public atas produk makanan, pakaian dan perumahan, karena kebutuhan public itu jauh lebih penting dari pada kebutuhan seorang individu.³⁵

³³ *Ibid*, h. 248

³⁴ *Ibid*, h. 227

³⁵ *Ibid*, h. 254-256

G. Mekanisme Penentuan Harga Menurut Sistem Ekonomi Islam

Teori ekonomi Islam mengenai harga pertama kali dapat dilihat dari sebuah Hadist yang menceritakan bahwa ada sahabat yang mengusulkan kepada Nabi untuk menetapkan harga di pasar.³⁶

Sistem didefinisikan sebagai suatu organisasi berbagai unsur yang saling berhubungan satu sama lain. Unsur tersebut juga saling mempengaruhi dan saling bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.³⁷

Ekonomi Islam merupakan bagian dari sistem Islam yang mencakup kaidah dan syari'ahnya. Dalam sistem ekonomi Islam, manusia dikendalikan oleh keyakinan bahwa tingkah laku ekonomi manusia di dunia ini akan dapat terkendali, sebab manusia harus sadar bahwa perbuatannya termasuk tindakan ekonominya akan dimintai pertanggung jawabannya kelak oleh Allah Swt yang dasarnya adalah iman. Oleh karena itu, perilaku yang diutamakan oleh individu beriman adalah kerjasama bukan kompetisi.

Bila kompetisi yang diutamakan akan membuahkan ketidakadilan dan ketidakjujuran, serta akan merusak tatanan moral yang amat didambakan oleh manusia yang beriman. Oleh karena itu paradigmanya adalah syari'ah, dan hal ini menjadi dasar dalam sistem ekonomi Islam. Dengan kata lain syarat utama adalah memasukkan unsur- unsur syari'ah dalam bidang ekonomi. Karena ekonomi Islam adalah ilmu

³⁶ Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru : Alaf Riau, 2007) h. 37.

³⁷ Mustafa Edwin Nasution, *op. cit.*, h.11.

social, ilmu ini tidak bebas dari nilai-nilai moral. Nilai-nilai moral merupakan aspek normative yang harus dipakai untuk menganalisis fenomena ekonomi serta mengambil sejumlah keputusan sehingga mampu meraih tujuan-tujuan yang diridhai Allah Swt.³⁸

Dalam sistem Ekonomi Islam, pasar yang ada berdasarkan atas etika dan nilai-nilai syariah, baik dalam bentuk perintah, larangan, anjuran, ataupun himbauan. Pelaku pasar mempunyai tujuan utama dalam melakukan sebuah transaksi, yaitu mencapai ridha Allah yang berdasar pada nilai-nilai *Ilahiah* demi mewujudkan kemaslahatan hidup bersama di samping kesejahteraan individu.³⁹

Realisasi terhadap berbagai peraturan transaksi yang telah dijelaskan, diharapkan akan terbentuk sebuah pasar yang ideal, yaitu sebuah pasar yang mendatangkan kemaslahatan bagi para pelaku pasar itu sendiri. Untuk itu perlu adanya peran pemerintah dalam menstabilkan kondisi pasar. Dalam perkembangannya pemerintah mempunyai hak untuk melakukan intervensi dalam menetapkan harga.

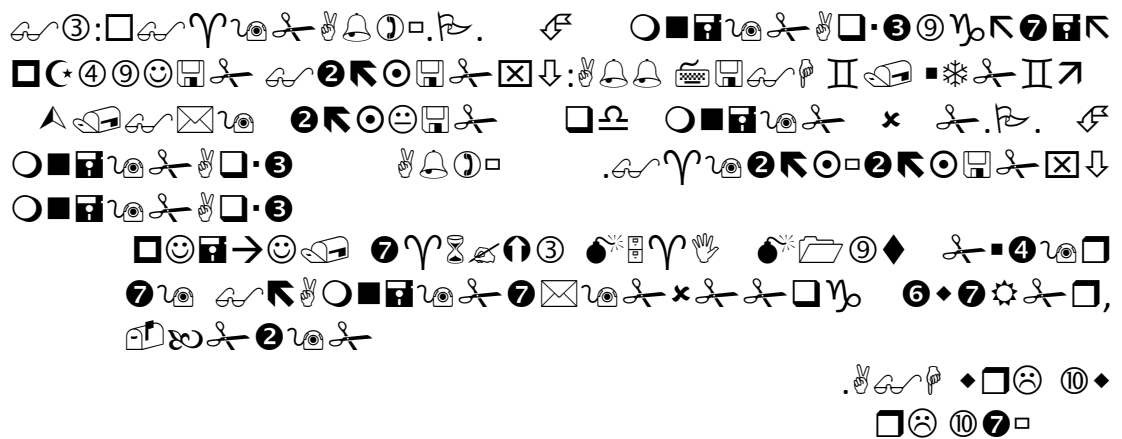
Ada sebagian ulama fiqh yang tidak memperbolehkan adanya intervensi harga, dan ada juga yang sebaliknya hal ini antara lain yaitu:

a. Larangan Intervensi Harga

³⁸ Muh Said, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Pekanbaru : Suska Pers, 2008) h. 39-30.

³⁹ Said Saad Marthon, *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Global*, (Jakarta: Zikrul Hakim), Cet. Ke-1, h. 77-78.

Kenaikan harga di madinah, Rasulullah menyatakan Allah adalah Dzat yang menentukan dan mengatur harga, menahan, pencurah serta penentu rezeki, aku harap dapat menemui Tuhanku dimana salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezhaliman dalam hal darah dan harta. Sebagaimana sabda Rasulullah dalam hadistnya:

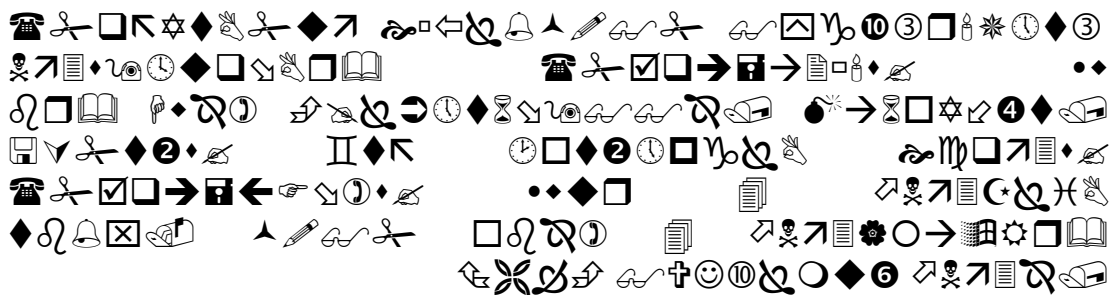


Artinya: Dari Anas bin Malik ra. Ia berkata :” pernah harga barang” di madinah naik di zaman Rasulullah SAW. Orang-orang berkata:” Ya Rasulullah, harga telah naik, karena itu tetapkanlah harga bagi kami”, Rasulullah SAW bersabda:” sesungguhnya Allah itu penetap harga, yang menahan, yang melepas, yang memberi rezeki: sesungguhnya aku harap bertemu Allah dalam keadaan tidak seorangpun dari kamu menuntut aku lantaran menzalimi pada jiwa dan harta.(HR. Ahmad, Abu Daud, athirmidzi, dan ibnu majah)”.

Hadist ini menunjukkan otoritas pasar dan berlakunya hukum penawaran dan permintaan secara utuh meskipun kondisi harga sedang melambung tinggi. Namun, hal demikian hanya berlaku untuk kondisi pasar yang benar-benar berjalan menurut mekanisme beberapa pasar yang bertanggung jawab. Dalam arti kenaikan itu benar-benar disebabkan faktor-faktor perubahan harga dari mekanisme suatu pasar bebas. Dalam kondisi demikian campur tangan pemerintah tidak dibenarkan untuk

membatasi pergerakan harga. Namun pemerintah dibenarkan untuk mengawal kenaikan harga secara tidak langsung seperti memperkenalkan program subsidi terhadap keperluan-keperluan asas.⁴⁰

Ada sebuah ayat yang menjelaskan tentang prinsip kerelaan dan keridhaan para pelaku pasar dalam melakukan transaksi, di mana pembeli diberikan kebebasan dalam menetapkan harga sebuah komoditas, sehingga intervensi harga tidak berlaku dalam kondisi ini.



Artinya : ” Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu kepadamu”. (Q.S. Annisa’: 29)

Penentuan harga menurut rasul merupakan suatu tindakan yang menzalimi kepentingan para pedagang di pasar akan merasa terpaksa untuk menjual barangnya sesuai harga patokan, yang tentunya tidak sesuai dengan keridhaannya.⁴¹

b. Pembolehan Dan Kewajiban Melakukan Intervensi Harga

⁴⁰ Ibnu Hajr, *Bulughul Al-Maram*, terj. A. Hasan, (Bandung: CV Dipenogoro, 1988), Jilid I, Hadist no. 832, h. 400.

⁴¹ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010) Edisi. 1, Cet. 3, h.161.

Ibnu Taimiyyah dan Ibnu Qoyyim menjelaskan, pelarangan ulama atas intervensi harga berdasarkan atas pemahaman mereka terhadap teks hadist (*zhahir hadist*), bukan terdapat konteks hadist. Namun pelarangan tersebut tidak bersifat mutlak dan dlaruri (wajib), apabila Nabi menginginkan adanya larangan tersebut secara mutlak, mungkin kata-kata yang digunakan Nabi memakai kalimat (*sighot*); jangan, atau tidak diperbolehkan, dan sebagainya.⁴²

Pelarangan Nabi atas intervensi harga adalah tidak ditemukan kondisi yang mengharuskan untuk melakukannya, atau kenaikan harga yang ada masih berjalan normal dan bukan merupakan akibat distorsi pasar, harga terbentuk berdasarkan atas kekuatan *demand* and *supply*. Apabila intervensi dilakukan maka akan menimbulkan *kezhaliman* bagi pihak tertentu. Ibnu Taimiyyah membolehkan intervensi harga dalam keadaan tertentu. Pendapatnya bertentangan dengan Rasulullah yang menolak intervensi. Namun sebenarnya pendapat Ibnu Taimiyyah malah menjabarkan bahwa seharusnya harga terjadi secara rela sama rela pada saat penawaran (*demand*) bertemu dengan permintaan (*supply*).

Ada beberapa kondisi yang mendorong adanya intervensi pemerintah dalam kehidupan ekonomi antara lain:

1. Pelarangan Ihktikar

Ihktikar adalah menahan (penimbunan) sebuah komoditas dari penjualan dan peredaran pasar dengan tujuan tertentu. Ibnu Taimiyyah menjelaskan, penimbunan adalah tindakan menahan sebuah komoditas yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat

⁴² Said Saad Marthon , *Loc. cit.*

dengan tujuan untuk menaikkan harga. Praktek ini sangat dilarang, karena dapat menyebabkan inflasi dan kemadlaratan bagi kehidupan sosial- ekonomi masyarakat.

Penimbunan baru akan dilarang jika menemui kendala sebagai berikut:

- Komoditas yang ditimbun merupakan pokok yang dampak pada inflasi dan kemudlaratan, jika tertahannya komoditas tersebut
- Adanya interval waktu untuk menunggu kenaikan harga, yang diikuti dengan kebutuhan masyarakat atas komoditas tersebut.
- Komoditas yang bertahan merupakan barang yang sedang diminati oleh masyarakat.⁴³

2. Kewajiban intervensi harga dengan Saddu al-Dzara'i

Saddu al-Dzara'I merupakan sebuah dalil yang dapat digunakan sebagai landasan untuk mengetahui suatu hukum. Juga sekaligus dapat dijadikan sebagai hukum dalam suatu perkara yang dapat mendatangkan kerusakan (*mafsadah*), sehingga perkara itu berkembang menjadi sesuatu hal yang diharamkan dalam pelaksanaannya.

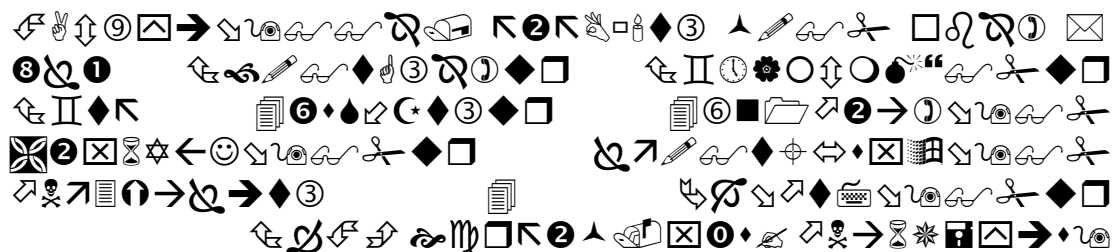
Pada dasarnya penetapan harga sebuah komoditas berdasarkan atas asas kebebasan. Dalam artian, harga yang ada ditetapkan berdasarkan atas kekuatan *suuply and demand*. Namun sebagian ulama fiqh berpendapat, Negara mempunyai hak untuk melakukan intervensi harga apabila terdapat sekelompok orang yang melakukan eksploitasi harga terdapat komoditas yang ada atau kebutuhan pokok masyarakat, dengan menaikkan harga tanpa adanya justifikasi yang dibenarkan oleh hukum.

⁴³ *Ibid.*

Dalam kondisi tersebut pedagang tidak boleh menjual komoditas kecuali dengan harga yang adil, Intervensi atau *policy* ini adalah Saddan al-dzara'I (mencegah terjadinya kerusakan)

3. Konsep Masalah

Masalah merupakan dalil hukum yang dapat digunakan untuk menggunakan penetapan hukum suatu perkara. Masalah merupakan faktor yang paling krusial dalam penetapan sah dan tidaknya intervensi harga. Seperti yang telah diketahui, intervensi harga oleh pemerintah dalam kerangka mewujudkan masalah bagi kehidupan masyarakat. Ketika pemerintah memandang hal tersebut sebagai suatu kemaslahahatan, maka saat itu pula intervensi dapat dijalankan. Allah berfirman dalam surah An-Nahl: 90



Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.(QS. An-Nahl:90)

Berdasarkan penjelasan di atas, ada beberapa point yang dapat di pahami, yaitu:

- a. Pada dasarnya, penentuan harga, penentuan harga sebuah komoditas berdasarkan atas asas kebebasan, harga yang terbentuk merupakan hasil atas pertemuan antara permintaan dan penawaran, dengan asumsi pasar berjalan dengan normal.

- b. Dalam kondisi tertentu, pemerintah boleh melakukan intervensi harga. Intervensi hanya boleh dilakukan dalam kondisi tertentu (*dlarurah*), seperti terjadinya penimbunan, adanya kolusi di antara penjual ataupun pembeli, dan distorsi pasar.
- c. Intervensi yang dilakukan bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan bagi kehidupan masyarakat.
- d. Harga yang ditetapkan harus berdasarkan prinsip keadilan bagi semua pihak dan tidak diperbolehkan adanya pihak yang dirugikan.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Mekanisme Penentuan Harga Jasa Percetakan Kartu Undangan

Mekanisme harga adalah proses yang berjalan atas dasar gaya tarik-menarik antara konsumen-konsumen dan produsen-produsen yang bertemu di pasar. Pada suatu waktu, harga sesuatu barang mungkin naik karena gaya tarik konsumen menjadi lebih kuat. Sebaliknya harga sesuatu barang turun apabila permintaan para konsumen melemah.

Harga suatu barang dan jumlah barang tersebut yang diperjual belikan di tentukan oleh permintaan dan penawaran barang, oleh karena itu untuk menganalisis mekanisme penentuan harga dan jumlah barang yang di perjualbelikan.¹

Pada dasarnya penetapan harga sebuah komoditas berdasarkan atas asas kebebasan. Dalam artian, harga yang ada ditetapkan berdasarkan atas kekuatan *suuply and demand*.

Banyaknya pengusaha percetakan ini diduga mulai sejak tahun 1996an karena sebelum itu usaha reklame ini tidak sebanyak sekarang, sekarang kalau ditotalkan mungkin sekitar 67an percetakan yang ada di Kecamatan Sukajadi, apalagi sekarang usaha ini sangatlah mudah untuk dipelajari.² Berikut terdapat daftar nama usaha

¹ Sudarsono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta : Grafindo, 2008) h. 90.

² Indra (Pengusaha Percetakan Duta Riau Grafika Jl. H.H.Ahmad Dahlan Sukajadi Pekanbaru), *wawancara*, tanggal 24 Januari 1013

percetakan yang berada di Kecamatan Sukajadi pekanbaru yang meliputi 3 pengelompokan yaitu:

1. Percetakan berkembang

Berdasarkan observasi penulis pengusaha yang tergolong berkembang ada

11 pengusaha percetakan yang disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel IV 1.

Nama Usaha Percetakan Berkembang

No	Nama Percetakan
1	Kaffa Undangan
2	Utama Undangan
3	Cherry Undangan
4	Danish Undangan
5	Cakrawala Undangan
6	Kerispati Undangan
7	Erwin Printing Undangan
8	Percetakan Plaza Undangan
9	Cakrawala Undangan
10	Zoom Digital Printing
11	Sanggar Undangan

2. Percetakan sedang berkembang

Berdasarkan observasi penulis pengusaha yang tergolong berkembang ada 10 pengusaha percetakan yang disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel IV 2.

Nama Usaha Percetakan Sedang Berkembang

No	Nama Percetakan
1	Percetakan Tangkas
2	Percetakan Dinantie Undangan
3	Rumah cetak
4	Visi printing
5	Duta Riau Grafika
6	Mr. Grafika
7	Tata Undangan
8	Maju Grafika
9	Brilian Undangan
10	Asa Jaya Grfika

3. Percetakan kecil

Berdasarkan observasi penulis pengusaha yang tergolong berkembang ada 12 pengusaha percetakan yang disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel IV 3
Nama Usaha Percetakan Kecil

No	Nama Percetakan
1	Percetakan Enno
2	Gerai grafika
3	Undangan Cantik
4	Viola Multi Epty
5	Azzira Undangan
6	Hanifa Undangan
7	Aneka Undangan
8	Permana Undangan
9	Hikmah Jaya Grafika
10	Arsel Jaya Grafika
11	Farhan Grafika
12	Ilham Grafika

Harga sangatlah penting dalam jual beli, harga yang di tentukan oleh pengusaha beragam-ragam yang disesuaikan dengan model, bentuk, tingkat kesulitan pembuatannya, dan juga ada kelebihan dan kekurangan di setiap percetakan.³

³ Observasi, tanggal 23 September 2012

Tabel IV. 4

**Tanggapan Responden Atas Keikutsertaan Konsumen Dalam Penentuan Harga
Kartu Undangan**

NO	Kelompok Usaha	Kriteria Jawaban		Persentase (%)	
		Kesepakatan	Bagi Hasil	Kesepakatan	Bagi Hasil
1	Usaha Berkembang	11	-	33.3%	-
2	Usaha Sedang Berkembang	10	-	30.3 %	-
3	Usaha Kecil	12	-	36.4 %	-
JUMLAH		33		100 %	

Sumber: *Data Primer Olahan Angket*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 33 orang atau 100 % yang terdiri dari 3 kelompok yaitu usaha berkembang 11 orang atau 33.3% , usaha sedang berkembang 10 orang atau 30.3 % , dan usaha kecil 12 orang atau 36.4 % memilih konsumen ikut serta dalam menetapkan harga jual kartu undangan, disini terlihat bahwa harga terbentuk secara rela sama rela pada saat penawaran (*demand*) bertemu dengan permintaan (*supply*).

Keadaan di suatu pasar dikatakan dalam keseimbangan atau *equilibrium* apabila jumlah yang ditawarkan para penjual pada suatu harga adalah sama dengan jumlah yang diminta para pembeli pada harga tersebut. hal itu dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV. 5

Tanggapan Responden Dalam Cara Penentuan Harga Kartu Undangan

NO	Kelompok Usaha	Kriteria Jawaban		Persentase	
		Kesepakatan	Bagi hasil	Kesepakatan	Bagi hasil
1	Usaha Berkembang	11	-	33.3%	-
2	Usaha Sedang Berkembang	10	-	30.3 %	-
3	Usaha Kecil	12	-	36.4 %	-
JUMLAH		33		100 %	

Sumber: *Data Primer Olahan Angket*

Berdasarkan dari data primer olahan angket bahwa 33 orang atau 100% yang terdiri dari 3 kelompok usaha yaitu usaha berkembang 11 orang atau 33.3% , usaha sedang berkembang 10 orang atau 30.3 % , dan usaha kecil 12 orang atau 36.4 % responden memilih cara yang sama dalam menentukan harga berdasarkan kesepakatan antara konsumen dan produsen terhadap kartu undangan.

Konsumen percetakan visi printing mengatakan harga yang diberikan oleh pengusaha percetakan untuk jasa percetakan undangan sangat memuaskan dan undangan yang dihasilkan sesuai dengan keinginan dan juga ada bonusnya yang membuat saya memesan kartu undangan di percetakan visi printing.⁴

⁴ Robi dan Rani (Konsumen Percetakan Visi Printing Jl.K. H. Ahmad Dahlan No. 67 Pekanbaru), *Wawancara*, Tanggal 24 Januari 2013

Tabel IV. 6

Tanggapan Responden Terhadap Penyesuaian Harga Kartu Undangan

NO	Kelompok Usaha	Kriteria Jawaban		Persentase	
		Sesuai	Tidak disesuaikan	Sesuai	Tidak disesuaikan
1	Usaha Berkembang	4	7	12.12 %	21.21 %
2	Usaha Sedang Berkembang	4	6	12.12 %	18.2 %
3	Usaha Kecil	8	4	24.24 %	12.12 %
	JUMLAH	16	17	48.48%	51.51%
	Total	33		100 %	

Sumber: *Data Primer Olahan Angket*

Dari data tabel di atas dapat kita lihat bahwa 16 orang atau 48.48% memilih sesuai, dan 17 orang memilih 51.51% tidak disesuaikan.

Islam menegaskan sistem pasar pada kondisi persaingan sempurna, yakni persaingan yang mendasarkan atas penawaran dan permintaan tanpa adanya intervensi dari pihak lain. Struktur pasar dalam Islam haruslah berdasarkan kerjasama dan tolong-menolong (*ta'wun*) bukan persaingan.⁵ Berikut tabel tanggapan responden terhadap tingkat persaingan harga yang terjadi di dalam dunia usaha percetakan.

⁵ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010) Cet.Ke-1,h. 33.

Tabel IV. 7

Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persaingan Harga Kartu Undangan

NO	Kelompok Usaha	Kriteria Jawaban			Persentase		
		Ketat	Sedang	Tidak ketat	Ketat	Sedang	Tidak ketat
1	Usaha Berkembang	4	5	2	12.12 %	15.15 %	6.1 %
2	Usaha Sedang Berkembang	4	5	1	12.12 %	15.15 %	3.03 %
3	Usaha Kecil	2	9	1	6.1 %	27.3 %	3.03 %
	JUMLAH	10	19	4	30.3%	57.6%	12.1%
	Total	33			100 %		

Sumber: *Data Primer Olahan Angket*

Dari tabel di atas kita lihat bahwa 10 orang atau 30.30% memilih ketat, 19 orang atau 57.56% memilih sedang, dan 4 orang atau 12.12% memilih tidak ketat. Jika dilihat dari data tabel tersebut persaingan terhadap penentuan harga kartu jasa percetakan tidak terlalu bersaing, dalam bidang usaha persaingan itu wajar adanya jika masih tidak melakukan kecurangan dan tidak menjatuhkan harga pasar.

Harga adalah hal penting. Karena harga menentukan nilai pendapatan yang diterima. Harga harus ditentukan dengan benar dalam arti tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah.⁶ Ada konsumen memesan kartu undangan pada percetakan yang sedang berkembang dikarenakan sebelumnya sudah pernah memesan dan sudah

⁶ Sentot Imam Wahyono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 114.

menjadi pelanggan tetap dan juga sudah merasa akrab dengan pengusaha, dan juga bisa harganya lebih murah.⁷

Untuk melihat apakah harga yang telah disepakati antara produsen dan konsumen mempengaruhi omset penulis sajikan pada tabel berikut ini:

Tabel IV. 8

Tanggapan Responden Pengaruh Harga Kartu Undangan Terhadap Omset

NO	Kelompok Usaha	Kriteria Jawaban			Persentase		
		Ya	Kadang-kadang	Tidak	Ya	Kadang-kadang	Tidak
1	Usaha Berkembang	5	6	-	15.15 %	18.2 %	-
2	Usaha Sedang Berkembang	7	3	-	21.21 %	9.1 %	-
3	Usaha Kecil	8	4	-	24.24 %	12.12 %	-
	JUMLAH	20	13		60.60 %	39.39 %	
	Total	33			100 %		

Sumber: *Data Primer Olahan Angket*

Dari tabel di atas terlihat bahwa 20 orang atau 60.60 % memilih ya, 13 orang atau 39.39 % memilih kadang-kadang, dan tidak ada yang memilih tidak. Mayoritas pengusaha memilih bahwa harga yang telah ditentukan akan mempengaruhi omset. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan dari penentuan harga yaitu memaksimalkan pendapatan.

⁷ Ani dan Risky (Konsumen Percetakan Enno 2 JL. Papaya No 26 Sukajadi Pekanbaru), *Wawancara*, tanggal 24 Januari 2013.

Harga yang diberikan pengusaha itu semua sama hanya saja ada pengusaha memberikan tawaran-tawaran yang sangat menarik seperti memberikan tanda ucapan terima kasih untuk souvenir, memberikan benner foto, dan jasa pengantaran, kepada konsumen supaya konsumen dapat melakukan pemesanan kartu undangan. Tidak semua pengusaha memberikan tawaran yang menarik, memberikan bonus kepada konsumen itu dilakukan hanya pengusaha yang berkembang saja.⁸

Ada konsumen yang pembuatan kartu undangannya ingin secepatnya selesai kalau bisa hari ini pesan 3 hari lagi selesai, bahkan 1 hari saja bisa selesai, mereka lebih memilih memesan pada pengusaha yang tergolong kecil dikarenakan mereka berfikir bahwa kalau memesan di percetakan yang kecil yang memesan kartu undangan pastilah sedikit. Padahal percetakan kecil itu adalah kebanyakan anak dari percetakan-percetakan besar.⁹

B. Cara Usaha Percetakan Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat.

Islam menempatkan kerja sebagai kewajiban setiap muslim. Kerja bukan sekedar upayan mendapatkan rezeki yang halal guna memenuhi kebutuhan hidup, tetapi mengandung makna ibadah seorang hamba kepada Allah, menuju sukses di akhirat kelak. Oleh sebab itu, seorang muslim menjadikan kerja sebagai kesadaran spiritualnya yang transeden (agama Allah). Dengan semangat ini, setiap muslim akan berupaya maksimal dalam melakukan pekerjaannya. Ia berusaha menyelesaikan

⁸ Observasi, tanggal 24 Januari 2013

⁹ *Ibid*

setiap tugas dan pekerjaan yang menjadi tanggungjawabnya dan berusaha pula agar setiap hasil kerjanya menghasilkan kualitas yang baik dan memuaskan.

Adanya usaha ini dapat meningkatkan ekonomi masyarakat, khususnya masyarakat yang berada di Kecamatan Sukajadi seperti yang di ungkapkan oleh salah seorang pengusaha percetakan mengatakan usaha ini sangat berperan penting bagi ekonomi masyarakat karna bidang usaha ini sangat mudah untuk dipelajari dan dipahami, seperti saya dulunya saya bekerja dengan teman, setelah cukup lama saya bekerja dengan dia saya mendapatkan skill dalam bidang percetakan dan saya memutuskan untuk membuka usaha sendiri, sekian lama usaha berjalan, sekarang usaha saya sudah bisa merekrut karyawan.¹⁰

Usaha percetakan ini dapat membantu dalam meningkat ekonomi masyarakat setempat dikarenakan usaha ini mempunyai kaitan dengan mata pencaharian hal ini dapat dilihat dari tabel berikut:

¹⁰ Rial (Pengusaha Percetakan Undangan Jl. Kijang), *Wawancara* tanggal 23 September 2012.

Tabel IV. 9

**Tanggapan Responden Terhadap Peranan Usaha Dalam Meningkatkan
Perekonomian Masyarakat**

NO	Kelompok Usaha	Kriteria Jawaban			Persentase		
		Sangat membantu	Cukup membantu	Tidak membantu	Sangat membantu	Cukup membantu	Tidak membantu
1	Usaha Berkembang	4	8	-	12.12 %	24.24 %	-
2	Usaha Sedang Berkembang	5	5	-	15.15 %	15.15 %	-
3	Usaha Kecil	3	9	-	9.1 %	27.3 %	-
	JUMLAH	12	21	-	36.36 %	63.63%	-
	Total	33			100 %		

Sumber: *Data Primer Olahan Angket*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 12 orang atau 36.36 % mengatakan bahwa peran usaha percetakan sangat membantu dalam meningkatkan ekonomi masyarakat, 21 orang atau 63.63% mengatakan cukup membantu dan tidak ada responden mengatakan tidak membantu perekonomian masyarakat.

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) bukan merupakan ilmu ajaib yang mendatangkan uang dalam waktu sekejap, melainkan sebuah ilmu, seni, dan keterampilan untuk mengelola semua keterbatasan sumber daya, informasi, dan dana

yang ada guna mempertahankan hidup, mencari nafkah atau meraih posisi dalam karir.¹¹

Usaha percetakan ini cukup membantu dalam meningkatkan ekonomi masyarakat, khususnya perekonomian keluarga. Seperti hal yang di ungkapkan oleh salah seorang pengusaha percetakan mengatakan : sebelum membuka usaha ini keadaan ekonomi saya berkecukupan, Alhamdulillah semenjak saya buka usaha sendiri keadaan ekonomi saya sedikit berubah kearah yang lebih baik. Selain itu saya juga dapat membuka lapangan kerja dalam mengurangi tingkat pengangguran¹², hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV. 10

Peran Usaha Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran

NO	Kelompok Usaha	Kriteria Jawaban			Persentase		
		Sangat ber-peran	Cukup ber-peran	Tdk ber-Peran	Sangat ber-peran	Cukup ber-peran	Tdk ber-peran
1	Usaha Berkembang	4	7	-	12.12 %	21.21 %	-
2	Usaha Sedang Berkembang	4	6	-	12.12 %	18.2 %	-
3	Usaha Kecil	8	4	-	24.24 %	12.12 %	-
	JUMLAH	16	17	-	48.48%	51.51 %	-
	Total	33			100 %		

Sumber: *Data Primer Olahan Angket*

¹¹ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta : Erlangga, 2011) h. 5.

¹²Asben (Pemilik Percetakan Enno Jl. Melati 45 Sukajadi), *Wawancara* Tanggal 23 September 2012.

Dari tabel di atas 16 orang atau 48,48% responden mengatakan peranan usaha percetakan sangat berperan dalam membangun perekonomian masyarakat, 17 orang atau 51,51% mengatakan cukup berperan, tidak ada yang mengatakan usaha percetakan tidak berperan dalam mengurangi pengangguran.

Adanya usaha ini membuka lapangan pekerjaan bagi pengangguran, hal ini diungkapkan oleh salah seorang pengusaha percetakan yang dulunya sebagai karyawan biasa dan kini telah membuka usaha sendiri. Berkembangnya usaha percetakan ini berdampak positif bagi pengangguran yang tidak mempunyai pekerjaan menjadi mempunyai pekerjaan.¹³ Hal itu dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel IV.11

Rata-Rata Karyawan Yang Sudah Direkrut

NO	Kelompok Usaha	Kriteria Jawaban			Persentase		
		0-2	2-4	4-6	0-2	2-4	4-6
1	Usaha Berkembang	-	6	6	-	30.34 %	30.34 %
2	Usaha Sedang Berkembang	3	4	2	9.1 %	12.12 %	6.06%
3	Usaha Kecil	10	2	-	30,3%	6.06%	-
	JUMLAH	13	12	8	39.39%	36.36 %	24.24 %
	Total	33			100 %		

Sumber: *Data Primer Olahan Angket*

¹³ Asben (Pemilik Percetakan Enno Jl. Melati 45 Sukajadi), *Wawancara* Tanggal 23 September 2012.

Dari data di atas dapat dilihat bahwa setiap 1 (satu) percetakan merekrut sebanyak 1-3 orang sebanyak 20 pengusaha atau 60.60 %, dan yang merekrut sebanyak 3-6 orang dalam 1 usaha percetakan sebanyak 13 pengusaha atau 39.39 %.

Tabel IV. 12

Tanggapan Responden Sistem Pembayaran Gaji Karyawan

NO	Kelompok Usaha	Kriteria Jawaban			Persentase		
		Harian	Minggu	Bulan	Harian	Mingguan	Bulanan
1	Usaha Berkembang	-	2	9	-	6,1 %	27,3%
2	Usaha Sedang Berkembang	1	4	5	3,03%	12,12%	15,15%
3	Usaha Kecil	1	4	7	3,03%	12,12%	21,21%
	JUMLAH	2	6	21	6.06%	30.34 %	63.66 %
	Total	33			100%		

Sumber: *Data Primer Olahan Angket*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 2 responden memilih sistem pembayaran gaji karyawan secara harian, 10 responden secara mingguan, dan 19 responden memilih secara bulanan.

Tujuan utama setiap usaha yang didirikan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 13

Perolehan Keuntungan Setelah Di Kurangi Operasional Usaha Percetakan

NO	Kelompok Usaha	Kriteria Jawaban			Persentase		
		Untung	Impas	Rugi	Untung	Impas	Rugi
1	Usaha Berkembang	11	-	-	33,33%	-	-
2	Usaha Sedang Berkembang	10	-	-	30,3%	-	-
3	Usaha Kecil	12	-	-	36,4%	-	-
JUMLAH		33			100 %		

Sumber: *Data Primer Olahan Angket*

Berdasarkan data angket di atas mengenai aspek dari penjualan kartu undangan yang diterima setelah dikurangi operasional apakah mendapatkan keuntungan, dapat dilihat bahwa 33 pengusaha atau 100% menjawab untung.

Perubahan perekonomian dan dunia usaha serta pekerjaan manusia dibarengi oleh pertumbuhan ekonomi. Pendapatan perkapita dan *gross national product* dari tahun ke tahun cenderung mengalami perubahan. Perubahan perekonomian pengusaha percetakan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel IV. 14
Tanggapan Responden Terhadap Perekonomian Sebelum Membuka Usaha

NO	Kelompok Usaha	Kriteria Jawaban			Persentase		
		Meningkat pesat	Meningkat	Menurun	Meningkat pesat	Meningkat	Menurun
1	Usaha Berkembang	1	10	-	3,0%	30,3%	-
2	Usaha Sedang Berkembang	1	9	-	3,0%	27,3%	-
3	Usaha Kecil	-	12	-	-	36.4 %	-
	JUMLAH	2	31	-	6.0%	94 %	-
	JUMLAH	33			100%		

Sumber: *Data Primer Olahan Angket*

Berdasarkan tabel di atas perekonomian pengusaha meningkat pesat sebanyak 2 orang, yang memilih meningkat sebanyak 31 orang dan tidak ada yang memilih menurun.

Tabel IV. 15
Jumlah Pendapatan Rata-Rata Pengusaha Responden Dalam Sebulan Di Kecamatan Sukajadi

NO	Kelompok Usaha	Kriteria Jawaban			Persentase		
		1-2 Juta	2-5 Juta	5-10 juta	1-2 Juta	2-5 Juta	5-10 juta
1	Usaha Berkembang	-	-	11	-	-	33.3 %
2	Usaha Sedang Berkembang	-	1	9	-	3,03%	27.3 %
3	Usaha Kecil	4	8	-	12.12 %	24.24 %	-
	JUMLAH	4	9	20	12.12 %	27.3 %	60.60 %
	Total	33			100%		

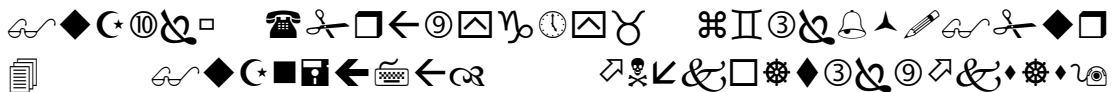
Sumber: *Data Primer Olahan Angket*

Dari tabel diatas dapat dilihat pendapatan bersih pengusaha percetakan dalam sebulan yaitu 4 orang atau 12.12 % dengan pendapatan sebesar Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 2.000.000,- , 9 orang atau 27.27 % dengan pendapatan bersih sebesar Rp. 2.000.000,- s/d Rp. 5.000.000,-, 20 orang atau 60.60 % dengan pendapatan bersih sebesar Rp. 5.000.000,- s/d Rp. 10.000.000,-.hal ini menunjukkan bahwa penentuan harga yang di lakukan oleh pengusaha dapat meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di Kecamatan Sukajadi.

C. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Penentuan Harga Jasa Percetakan Kartu Undangan Pada Usaha Percetakan.

Dalam berbagai ayat, Allah SWT tidak hanya menyuruh kita shalat dan puasa saja tetapi juga mencari nafkah secara halal. Proses memenuhi kebutuhan hidup inilah yang kemudian menghasilkan kegiatan ekonomi seperti jual beli, produksi, distribusi, termasuk bagaimana membantu dan menanggulangi orang yang tidak bisa masuk dalam kegiatan ekonomi, baik itu dengan zakat, wakaf, infak, dan sedekah.¹⁴

Al-Qur'an mendesak orang-orang beriman, yang memiliki kemampuan fisik untuk bekerja keras, dan Allah menjanjikan pertolongan bagi siapa saja yang berjuang dan berlaku baik, sebagaimana dalam surah Al-Ankabut, Ayat 69 yaitu:¹⁵



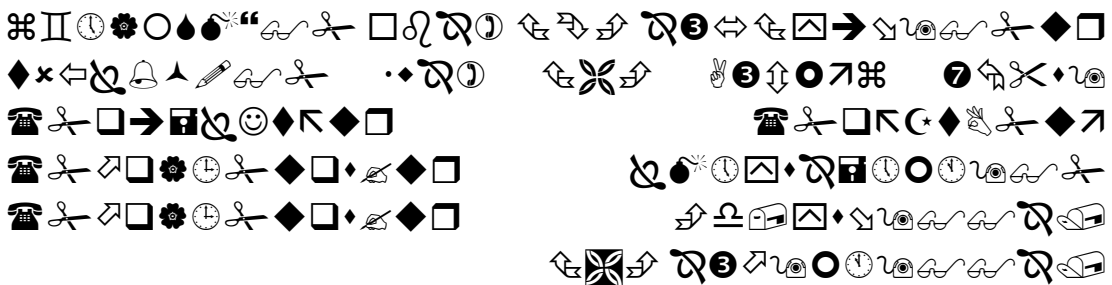
¹⁴ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010) Edisi. 1, Cet. 3, h.12.

¹⁵ Muh Said, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Pekanbaru : Suska Pers, 2008) h. 55.



Artinya :”Dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridhaan) kami, benar-benar akan kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan kami. dan Sesungguhnya Allah benar-benar beserta orang-orang yang berbuat baik. (QS.AL-Ankabut: 69)

Dalam bagian lain menyerukan kepada setiap muslim agar menginvestasikan tenaga, fikiran dan waktu melakukan amal shaleh, amal yang produktif dan sangat merugi, orang-orang yang menyia-nyiakan waktu, yang malas, dan berpangku tangan dan orang yang bekerja tapi tidak mengasilkan manfaat, sebagaimana dalam Surah Al-‘Ashr : 1-3 yaitu:¹⁶



Artinya: “1.Demi masa. 2. Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian, 3. Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran.

Islam melarang melakukan transaksi dalam ketidakpastian (*gharar*). Sistem ekonomi Islam mengharuskan seluruh proses kontrak bisnis dilakukan secara transparan dan terbuka. Prinsip ini menjadi penting untuk menghindarkan keuntungan

¹⁶ Ibid.

yang hanya terkonsentrasi pada satu pihak dan kerugian di pihak lain karenanya, asas keterbukaan dan kebenaran menjadi syarat mutlak dalam transaksi ekonomi Islam.¹⁷

Salah satu usaha yang membutuhkan mekanisme penentuan harga adalah usaha percetakan undangan. Pengusaha sebagai pemilik sekaligus penjual harus mampu menentukan suatu harga yang adil, wajar, dan memuaskan konsumen terhadap permintaan (*demand*).

Usaha merupakan salah satu kegiatan produktif yang dilakukan manusia untuk menghidupi diri dan keluarganya. Konsep usaha dalam ekonomi Islam yaitu usaha yang dilakukan tersebut tergolong usaha yang halal dan ini telah sesuai dengan usaha percetakan dimana usaha ini salah satu usaha yang di halalkan dalam Islam.

Transaksi pasar bekerja berdasarkan mekanisme harga. Ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar . pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Karena, jika mekanisme pasar terganggu, maka harga yang adil tidak akan tercapai.

Demikian pula dengan harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna. Jika harga tidak adil, maka para pelaku pasar akan enggan untuk bertransaksi atau malah terpaksa tetap bertransaksi dengan mengalami kerugian. Oleh karena itu Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna. Tidak adanya tindakan kezhaliman di antara

¹⁷ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2010) Cet.Ke-1,h. 29.

pembeli maupun penjual karena transaksi yang di lakukan dengan kesepakatan, dan mengandung unsur suka sama suka (*tarodiminkum*), tolong-menolong, dan tidak merusak harga pasar.

Mekanisme penentuan harga yang dilakukan pemilik usaha percetakan di kecamatan Sukajadi merupakan harga yang terbentuk karena keikut sertaan konsumen dalam penentuan harga, hal ini karena adanya tawar menawar harga yang terjadi di dalam bertransaksi.

Perwujudan pola kerja sama yang dianjurkan Islam dapat dilakukan dalam skema apapun. Demi tegaknya keadilan, Allah telah meletakkan “*mizan*”, suatu timbangan akurat yang paling objektif. Siapapun tidak boleh melanggarnya, agar tidak terdapat seorang pun jadi korban ketidakadilan dan kezhaliman.

Adapun alasan pengusaha membuka usaha percetakan yaitu menambah pendapatan keluarga dan juga untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Dan dari itu pengusaha juga dapat mambantu masyarakat yang membutuhkan pekerjaan.

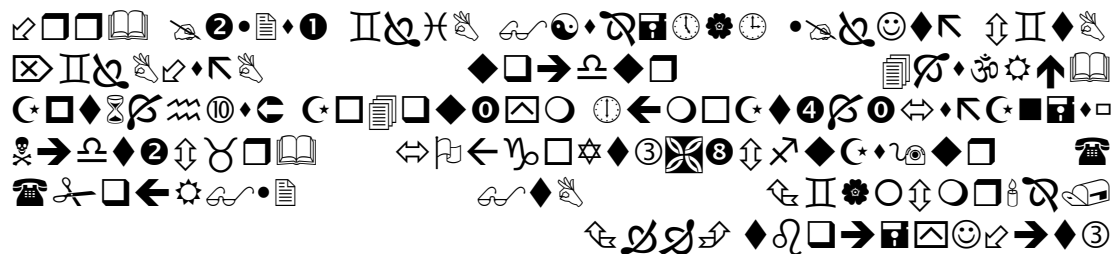
Dengan adanya usaha percetakan berdampak positif bagi masyarakat karena usaha ini dapat menyerap tenaga kerja. Salah satu dapat meningkatkan perekonomian dan mengurangi tingkat pengangguran, karena para penganggur telah diperdayakan untuk dapat bekerja, selain dapat menyerap tenaga kerja, para pengusaha sudah ikut berpartisipasi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dengan cara membayar zakat dari hasil usahanya.¹⁸

¹⁸ Andri, (Karyawan Percetakan Tangkas Jl. K.h. Ahmad Dahlan No. 75), *wawancara*, 24 September 2012.

Dari segi meningkatkan perekonomian masyarakat, pengusaha dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat di Kecamatan Sukajadi khususnya, dari bekerja karyawan dapat memperoleh pendapatan dari hasil kerja. Dan gaji yang diberikan disesuaikan dengan kemampuan kerja karyawan.

Menurut imam Syaibani: “ kerja merupakan usaha untuk mendapatkan uang atau harga dengan cara halal. Dalam Islam kerja sebagai unsur produksi didasari konsep ikhtikaf, dimana manusia bertanggung jawab untuk menginvestasikan dan mengembangkan harta yang diamanatkan Allah untuk menutupi kebutuhan manusia.¹⁹

Islam mendorong umatnya untuk bekerja dan memproduksi, bahkan menjadikannya sebagai sebuah kewajiban terhadap orang-orang yang mampu, lebih dari itu Allah akan memberi balasan yang setimpal yang sesuai dengan amal atau kerja sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. an- Nahl (16) ayat 97 yang berbunyi:



Artinya :”Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, Maka Sesungguhnya akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik[839] dan Sesungguhnya akan kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang Telah mereka kerjakan. Q.S. an- Nahl (16) ayat 97.

¹⁹ Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islami*, (Jakarta : Kencana, 2008). Cet, Ke-1 h. 227.

Ayat tersebut menegaskan bahwa laki-laki dan perempuan dalam islam mendapatkan pahala yang sama dan bahwa amal saleh harus disertai iman. Dan Islam juga mengajarkan bahwa sebaik-baik orang adalah orang yang banyak manfaatnya bagi orang lain atau masyarakat.

Dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa secara umum dari berdirinya usaha tersebut dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dan mekanisme penentuan harga kartu undangan yang dilakukan pengusaha percetakan telah sesuai dengan Sistem Ekonomi Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, mengenai mekanisme penentuan harga kartu undangan pada usaha percetakan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat ditinjau menurut ekonomi Islam dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme penentuan harga jasa percetakan oleh pengusaha percetakan di Kecamatan Sukajadi Pekanbaru terbentuk berdasarkan atas kesepakatan antara produsen dan konsumen, sesuai hukum permintaan dan penawaran.
2. Usaha percetakan jasa percetakan di Kecamatan Sukajadi dapat meningkatkan perekonomian pengusaha dan karyawan, meskipun sebagian pengusaha masih memakai sistem pembayaran gaji tidak sama namun itu tidak menjadi permasalahan bagi karyawan-karyawan percetakan, yang penting gaji atau upah yang diberikan sesuai dengan hasil kerja yang dikerjakan.
3. Mekanisme penentuan harga jasa percetakan oleh pengusaha sesuai dengan sistem ekonomi Islam, karena penentuan harga terbentuk berdasarkan negosiasi tawar menawar penjual dan pembeli di saat bertransaksi. Dalam prinsip ekonomi Islam harga itu tidak ditentukan karena merupakan suatu tindakan yang menzalimi kepentingan para pedagang. Karena pedagang merasa terpaksa untuk menjual

barangnya sesuai dengan harga yang dipatokan yang tentunya tidak sesuai dengan keridaannya.

B. Saran

Setelah penulis melakukan penelitian terkait dengan mekanisme penentuan harga jasa percetakan, penulis menyarankan:

1. Kepada pengusaha percetakan seiring dengan berkembangnya usaha ini dalam memberikan harga jual kepada konsumen, hindari persaingan harga yang tidak sehat yang dapat menjatuhkan harga sebuah produk.
2. Seiring berkembangnya teknologi pengusaha diharapkan mampu menghasilkan sebuah produk yang lebih kreatif dan inovatif dan sesuai dengan harga yang ditetapkan.
3. Bagi pemerintah seharusnya memberikan perhatian yang lebih terhadap perekonomian masyarakat khususnya kepada pengusaha percetakan karena usaha yang dilakukan masyarakat dapat membangun perekonomian dan mengurangi tingkat pengangguran.

DAFTAR PUSTAKA

Adiwarman A.Karim. *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada,2007)

Ali Hasan, *Marketing*, (Yogyakarta: Media Pressindo 2008) Cet. Ke-1

Alma , Bukhori, *Kewirausahaan*, (Bandung : Alfabeta, 2007)

Arif Rahman, *Strategi Dahsyat Marketing Mix For Small Business: Cara Jitu Merontokkan Pesaing*, (Jakarta: Trans Media 2010), Cet. Ke-1

Departemen Agama, *Al-Quran Dan Terjemahannya*, (Semarang: Cv Toha Putra,1990)

Fandy Tyiptono, *Strategi Pemasaran*(Andi Offset: Yogyakarta, 2008)

Hantoro, Sirod, *Kiat Sukses Berwirausaha*, (Yogyakarta : Adicita Karya Nusa, 2005)

Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta : Erlangga, 2011)

Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* (Salemba Empat: Jakarta, 2000) jilid 2.

Ibnu Hajr, *Bulughul Al-Maram*, terj. A. Hasan, (Bandung: CV Dipenogoro, 1988)

J. Stanton ,William dan Lamarto. Y,*Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1984)

Kasmir SE MM. *Kewirausahaan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006)

_____, *Pemasaran Bank* , (Jakarta : Kencana, 2005)

M. Ishak, *Konsep Ekonomi Islam*, (Jogyakarta, Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam Universitas Jogjakarta, 2003)

Ma. Mannan, *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*,(Yogyakarta : PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997)

Mannan, Abdul, *Terjemahan Teori Dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997)

Mawardi , M. Si. *Ekonomi Islam* (Pekanbaru :Alaf Riau Graha Unri Press, 2007)

MJ Moris, *Kiat Sukses Mengembangkan Usaha Kecil*, (Jakarta : Arcan, 1996)

Muchlis, *Bisnis Syariah*, (Yogyakarta : YKPN. 2007)

Muh Said, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Pekanbaru : Suska Pers, 2008)

Mujahidin, Akhmad, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pt Grafindo Persada, 2007)

Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010) Edisi. 1, Cet. 3

Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010) Cet.Ke-1

Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam*, (Jakarta: Kencana, 2008)

Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2001), Cet Ke-8, jilid 1

Said Saad Marthon,*Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Global*, (Jakarta: Zikrul Hakim), Cet. Ke-1

Sentot Imam Wahyono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)

Sudarsono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta : Grafindo, 2008)

Suharno, Yudi Sutano,*Marketing In Practice*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)

Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006)

Yasin, Fachri, *Agribisnis Riau Dan Perkebunan Berbasis Kerakyatan*, Pekanbaru : Unri Pers, 2003