

**PENETAPAN HARGA DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS
ISLAM PADA USAHA AKAR JATI MANDIRI DI DESA
NJAMBANGAN KECAMATAN SARADAN
KABUPATEN MADIUN**

SKRIPSI



Oleh :

Anisa Cahya Ramadhani

NIM 401180010

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
P O N O R O G O**

2022

Abstrak

Ramadhani, Anisa Cahya. Penetapan Harga Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Akar Jati Mandiri Di Desa Njambangan Kecamatan Kabupaten Madiun. *Skripsi*. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Ruliq Suryaningsih, M.Pd.

Kata kunci: Penetapan Harga, Etika Bisnis Islam

Harga ditentukan oleh Usaha Akar Jati Mandiri berdasarkan kondisi keuangan keluarga. Ketika perekonomian sedang buruk, produsen menetapkan harga serendah mungkin untuk mendapatkan uang secepatnya, tetapi ketika perekonomian sedang baik, produsen menetapkan harga setinggi mungkin untuk menghasilkan banyak uang. Penetapan harga yang adil adalah penetapan harga yang tidak merugikan konsumen dan sesuai dengan kualitas barang yang diterimanya. Untuk menghindari pelanggaran bisnis, setiap transaksi harus didasarkan pada etika bisnis Islam. Dari ulasan diatas, ada beberapa permasalahan yang penulis hendak kaji, yaitu: (1) Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap penetapan harga pada usaha Akar Jati Mandiri Madiun? (2) Bagaimana standar penetapan harga pada usaha Akar Jati Mandiri Madiun?

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, serta teknik pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Sedangkan teknik analisisnya dengan analisis data secara induktif, dari lapangan tertentu yang bersifat khusus ke umum.

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa: (1) Harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen. Hal ini disebut dengan harga yang tidak adil dan harga yang tidak adil tidak diperbolehkan dalam transaksi jual beli menurut etika bisnis Islam. Selain itu penetapan harga dilakukan secara sepihak oleh produsen, hal ini juga akan merugikan khususnya pihak konsumen. (2) Metode yang digunakan yaitu metode penetapan harga berbasis laba. Podusen telah menetapkan harga yang berfokuskan dalam mendapatkan laba yang besar dengan strategi menjual produk dengan harga yang tinggi. Namun secara keseluruhan penetapan harga yang dilakukan produsen didasarkan pada tingkat kerumitan pembuatan, keunikan produk serta kondisi ekonomi keluarga.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Anisa Cahya Ramadhani	401180010	Ekonomi Syariah	Penetapan Harga Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Akar Jati Mandiri Di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 10 Mei 2022

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Luthur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.

NIP 197801122006041002

Menyetujui

Ruliq Suryaningsi, M.Pd

NIDN. 2020068801



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Penetapan Harga Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada
Usaha Akar Jati Mandiri Di Desa Njambangan Kecamatan
Saradan Kabupaten Madiun
Nama : Anisa Cahya Ramadhani
NIM : 40180010
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang :
Iza Hanifuddin, Ph.D.
NIP. 196906241998031002
Penguji I :
Dr. Aji Damanuri, M.E.I.
NIP. 197506022002121003
Penguji II :
Ruliq Suryaningsih, M.Pd.
NIDN. 2020068801

(2)
()
()

Ponorogo, 13 Juni 2020
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo

Dr. H. Wuthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisa Cahya Ramadhani
NIM : 401180010
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul skripsi : Penetapan Harga Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Akar Jati Mandiri Di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 13 Juni 2022

Yang membuat pernyataan



Anisa Cahya Ramadhani

401180010

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Anisa Cahya Ramadhani

NIM : 401180010

Jurusan : Ekonomi Syariah

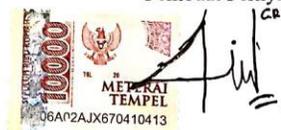
Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Penetapan Harga Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam Di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 10 Mei 2022

Pembuat Pernyataan,


CP.

Anisa Cahya Ramadhani

NIM 401180010

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Studi Penelitian Terdahulu	10
F. Metode Penelitian	17
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	17
2. Kehadiran Peneliti.....	18
3. Lokasi Penelian.....	19
4. Data dan Sumber Data	19
5. Teknik Pengumpulan Data	21
6. Teknik Pengolahan Data.....	21
7. Analisis Data.....	23
8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	24
G. Sistematika Pembahasan	24
BAB II. KAJIAN TEORI	27
A. Etika Bisnis Islam	27
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	27
2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	29

3. Penetapan Harga Islami	30
4. Menanggapi Perubahan Harga	32
B. Penetapan Harga	35
1. Pengertian Harga	35
2. Tujuan Penetapan Harga	36
3. Metode Penetapan Harga	37
BAB III. PAPARAN DATA	42
A. Gambaran Umum	42
B. Data Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Penetapan Harga Pada Usaha Akar Jati Mandiri	43
C. Data Standar Penetapan Harga Pada Usaha Akar Jati Mandiri	46
BAB IV. PEMBAHASAN/ANALISIS	53
A. Analisis Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Penetapan Harga Pada Usaha Akar Jati Mandiri	53
B. Analisis Standar Penetapan Harga Pada Usaha Akar Jati Mandiri	55
BAB V. PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan	62
1. Kesimpulan Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Penetapan Harga Pada Usaha Akar Jati Mandiri.....	62
2. Kesimpulan Standar Penetapan Harga Pada Usaha Akar Jati Mandiri.....	62
B. Saran/Rekomendasi	62
DAFTAR PUSTAKA	64



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbisnis secara etis sangat diperlukan dalam aktivitas ekonomi, pada hakikatnya perilaku etis diterapkan dengan tujuan sama-sama mencari keuntungan antara pelaku bisnis maupun konsumen. Apabila perilaku etis tidak bisa diterapkan dalam dunia bisnis, maka banyak orang mengalami perlakuan yang tidak adil ataupun ketidakjujuran dalam aktivitas ekonomi. Moral dan kurangnya kejujuran akan mencekik nilai-nilai etika perusahaan.¹ Persaingan bisnis yang ketat mengakibatkan banyak produsen menginginkan keuntungan dengan menghalalkan semua cara, sehingga melupakan konsep pemasaran Islam khususnya dalam penetapan harga dalam ekonomi Islam. Sehingga masih banyak sekali pedagang maupun produsen yang melakukan kecurangan dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang besar, salah satunya menetapkan harga yang tidak sinkron dengan pasar. Hal ini berkaitan dengan etika bisnis Islam yang mengatur perilaku yang benar maupun yang salah dalam berbisnis.

Dalam Islam, posisi harga penting dalam bisnis. Jika ada alat tukar barang dan jasa, maka penetapan harga dilakukan secara sempurna dan merata (tidak ada unsur riba). Dalam Islam, konsep harga yang adil adalah tidak menindas satu pihak

¹ Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam* (Bandung: CV Alfabeta, 2003), 49.

sekaligus merugikan pihak lain. Akibatnya penetapan harga pada prinsipnya dilarang dalam Islam, karena Nabi tidak pernah menetapkan harga dalam keadaan apapun.²

Dalam ekonomi Islam akhlak sangat penting dalam kegiatan ekonomi, akhlak didefinisikan sebagai perilaku yang wajib diterapkan pada setiap kegiatan ekonomi. Dengan akhlak, semua pelaku ekonomi baik produsen dan konsumen tidak merasakan kerugian, dan perilaku yang diterapkan tetap sesuai dengan syariah. Sistem ekonomi Islam ini hanya menjamin berkurangnya atau tidak adanya transaksi yang bertentangan dengan syariat.³

Etika bisnis Islam mengacu pada perilaku atau karakter bisnis yang etis yang didasarkan pada cita-cita Islam yang mengajarkan mengenai semua hal yang halal dan haram di tempat kerja. Perilaku etis didefinisikan sebagai mengikuti arahan Allah dan mematuhi batasan yang ditetapkan. Al-Qur'an dan Sunnah merupakan sumber utama etika bisnis Islam. Atas dasar ketentuan kewajaran, kejujuran, dan kepercayaan, para pelaku bisnis dituntut untuk berperilaku etis dalam tindakan bisnisnya.⁴

Perihal yang dilarang pada kegiatan bisnis antara lain dagang produk yang tidak bisa diperkirakan menurut syariah dan selera pada saat penyerahan, serta jual beli yang terdapat faktor *gharar* (penipuan). Jual beli berarti menjual barang

² Ely Masykuroh, *Teori Ekonomi Mikro Islami* (Ponorogo: CV Nata Karya, 2018), 267.

³ Alexander Thian, *Ekonomi Syariah* (Yogyakarta: Andi Anggota IKAPI), 17.

⁴ Rahmat Hidayat & Muhammad Rifa'i, *Etika Manajemen Perspektif Islam* (Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPI), 2018), 185.

dengan harga di bawah pasar karena kendala keuangan (utang/lainnya), dan dengan demikian jual beli secara hukum makruh. Jual beli secara kredit dengan penambahan harga, hal ini dikelompokkan sebagai riba.⁵

Praktik bisnis yang dilarang diantaranya seperti melaksanakan sistem ekonomi ribawi, penipuan menurunkan ukuran, menurunkan kualitas, serta membeli dan memasarkan komoditi haram yang merugikan rohani, raga, dan publik (seperti alkohol, narkotik, rokok dan sejenisnya), berbisnis seperti ijon (menjual komoditi yang tidak pasti *gharar*), penimbunan barang untuk mengambil keuntungan, mengelola sekaligus membantu implementasi yang dilarang layaknya judi.⁶

Kepatuhan pelaku bisnis pada syariat agama seperti aturan halal dan haram adalah cerminan dari ketakwaan pebisnis kepada Allah SWT. Bagi manusia yang telah memiliki pondasi iman yang kuat, tentu untuk memenuhi ajaran agama tidak memiliki kendala apa pun, sebab nilai moral sudah mendarah daging pada perilaku manusia itu sendiri. Manusia akan berhati-hati dalam mencari nafkah yang akan diberikan kepada diri dan keluarganya. Begitupula produsen dan pedagang akan berhati-hati membuat dan menjual barang yang akan dikonsumsi orang lain.⁷

⁵ Sofyan S Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 137-138.

⁶ Ibid., 136.

⁷ Susminingsih, *Etika Bisnis Islam* (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2020), 209-210.

Usaha kerajinan kayu yang bernama Akar Jati Mandiri merupakan salah satu usaha kesenian yang sudah dirintis sejak tahun 2015 oleh Bapak Tumijan asal desa Njambangan Saradan. Kecamatan Saradan yang dijuluki sebagai tempat petani kayu dan lokasi yang berdekatan dengan hutan, menjadi alasan Bapak Tumijan merintis usaha kerajinan kayu tersebut. Hanya dengan berbahan dasar bonggol atau limbah kayu jati, beliau dapat membuat berbagai macam produk yang memiliki nilai keunikan atau nilai seni dalam produk tersebut. Usaha kerajinan kayu Bapak Tumijan ini menjual berbagai produk seperti meja, kursi dan berbagai macam bentuk ukiran seperti hewan ataupun bunga. Produk yang sangat diminati oleh konsumen yaitu meja dan kursi 1 set, dikarenakan harga cukup relatif terjangkau dan memiliki nilai seni yang bagus.⁸ Dalam melakukan proses produksi, Bapak Tumijan di dukung oleh anaknya yaitu Ananda yang sama-sama memiliki jiwa seni dalam menghasilkan suatu karya.⁹

Setiap produk yang dihasilkan Bapak Tumijan memiliki keunikan tersendiri dan juga harga yang berbeda-beda. Semakin mahal harga yang ditetapkan semakin bagus kualitas dan nilai seni yang terdapat dalam produk kerajinan tersebut. Ada beberapa produk seperti meja kursi yang memiliki bentuk sama, namun kandungan keunikan dari setiap produk yang berbeda baik tebal tipisnya atau pendek panjangnya menjadi pertimbangan dalam menentukan harga jual. Itulah beberapa hal yang menjadi pertimbangan Bapak Tumijan dalam

⁸ Tumijan, *Wawancara*, 11 Januari 2022

⁹ Ananda, *Wawancara*, 11 Januari 2022

menetapkan harga produk di Usaha Akar Jati Mandiri. Berikut daftar harga beberapa produk pada Usaha Akar Kayu Jati.

Daftar Harga Produk Akar Kayu Jati (AJM)

No	Nama Produk	Deskripsi Produk	Harga
1.	1 set 1 meja + 4 kursi	- Ketebalan meja 15 cm - Diameter 1,5 m - Tinggi 70cm - Ketebalan kursi 7 cm - Lebar 40 cm - Tinggi 45 cm	Rp 4.500.000
		- Ukuran di bawah standart / lebih rendah	Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000
2.	1 set 1 meja + 2 kursi	- Ketebalan meja 10 cm - Diameter 80cm - Tinggi 60 cm - Corak bagus	Rp 1.500.000
3.	Kursi	- Ketebalan 6 cm - Diameter 35 cm - Tinggi 40 cm	Rp 200.000
4.	Meja	- Ketebalan 8cm - Diameter 60 cm - Tinggi 60 cm	Rp 750.000
5.	Ukiran : Macan	- Tingkat kedetailan standart	Rp 3.500.000
		- Tingkat kedetailan di atas standart	Rp 8.000.000 s/d Rp 12.000.000

Sumber : Wawancara Pengrajin Akar Jati Mandiri

Berdasarkan observasi awal bahwa mekanisme penetapan harga produk ukiran kayu pada usaha Akar Jati Mandiri yang ada di Desa Njambangan

Kecamatan Saradan seringkali harga yang ditetapkan Bapak Tumijan tidak menetap. Hal ini terjadi apabila pengrajin ukiran kayu mengalami kesulitan dalam hal ekonomi, maka Bapak Tumijan selaku pengrajin kayu menjual dengan harga yang lebih murah agar mendapatkan uang secepat mungkin, jika kondisi ekonomi Bapak Tumijan sedang membaik maka Bapak Tumijan menjual hasil produk ukiran kayu dengan tarif lebih mahal dengan maksud guna memperoleh margin yang lebih besar. Melalui teknik penetapan harga yang lebih murah dari harga biasa ataupun harga yang tinggi, produk yang dijual Bapak Tumijan memiliki kecacatan yang tidak diinformasikan kepada konsumen, sehingga harga yang ditetapkan tidak sinkron dengan produk yang diterima konsumen.

Hal ini membuat peneliti percaya bahwa kegiatan bisnis Bapak Tumijan harus ditinjau untuk menentukan apakah penetapan harga yang digunakan dalam jual beli kerajinan diperbolehkan atau tidak berdasarkan pemeriksaan etika bisnis Islam. Harga yang diperbolehkan oleh Islam adalah harga yang wajar. Harga yang wajar adalah harga yang tidak diungkapkan dan mengakibatkan kerugian bagi salah satu pihak. Harga wajar menunjukkan bahwa margin keuntungan penjual harus wajar, dan barang harus sebanding dengan harga yang dibayarkan oleh pelanggan.¹⁰

Via Varidhotul Islamiyah melakukan analisis dengan memfokuskan masalahnya terhadap strategi penetapan harga yang dilakukan pedagang di Way

¹⁰ Ely Masykuroh, *Teori Ekonomi Mikro Islami* (Ponorogo: CV Nata Karya, 2018), 271.

Jepra Lampung Timur.¹¹ Penelitian kedua yang dilakukan Irmawati dengan judul skripsi Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Pembelian Harga Reseller Dan Harga Pelanggan Biasa Di Toko Al Fazza Sinjai, memfokuskan masalah terhadap kebijakan penetapan harga pada pembelian harga reseller dan harga pelanggan biasa pada toko Al Faza Sinjai.¹² Penelitian ketiga yang dilakukan Kalpika Taqwatri'esyah dengan judul skripsi Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Kakao Di Desa Bodag Kecamatan Kare Kabupaten Madiun, memfokuskan pada praktik jual beli kakao ada kombinasi kakao berkualitas tinggi dan kakao berkualitas rendah, tanpa memperhatikan peraturan kualitas kakao.¹³ Penelitian keempat yang dilakukan Giska dengan judul jurnal Penerapan Etika Bisnis Islam Di Rumah Makan Kaledo Stereo Palu, memfokuskan analisis pada proses penerapan etika bisnis yang digunakan adalah etika bisnis Islami, salah satunya adalah membayar gaji karyawan sebelum keringat mengering.¹⁴ Penelitian kelima yang dilakukan Noorma Yunia dengan judul jurnal Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menjalankan Usaha Kecil dengan memfokuskan masalah pada persepsi dan implementasi etika bisnis syariah bagi pelaku usaha kecil di UIN Jakarta, yang menunjukkan bahwa perusahaan kecil di UIN Jakarta telah

¹¹ Via Varidhotul Islamiyah, "Strategi Penetapan Harga Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam," *Skripsi* (Lampung Timur: IAIN Metro, 2017), 44.

¹² Irmawati, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Pembelian Harga Reseller Dan Harga Pelanggan Biasa Di Toko Al Fazza Sinjai," *Skripsi* (Sinjai: IAI Muhammad Sinjai, 2021), 62.

¹³ Kalpika Taqwatri'esyah, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Kakao Di Desa Bodag Kecamatan Kare Kabupaten Madiun," *Skripsi* (Ponoro: IAIN Ponorogo, 2021), 85.

¹⁴ Giska, "Penerapan Etika Bisnis Islam Di Rumah Makan Kaledo Stereo Palu," *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Volume 1, Nomor 1, (2019), 109.

mengimplementasikan etika bisnis syariah berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist.¹⁵ Dari beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan memiliki persamaan dalam tinjauan etika bisnis Islam dengan menjelaskan konsep maupun pelaksanaan etika bisnis Islam. Namun analisis tersebut lebih mendalami mengenai etika bisnis Islam dalam proses penetapan harga pada sebuah usaha kecil yang berada di desa Njambangan Kecamatan Saradan.

Peneliti terdorong untuk mengadakan penelitian beralaskan latar belakang di atas pada Usaha Akar Jati Mandiri. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penetapan harga yang terjadi pada usaha Akar Jati Mandiri milik Bapak Tumijan. Dengan adanya penelitian ini akan menghasilkan pembahasan mengenai proses penetapan harga yang dilakukan pada usaha Akar Jati Mandiri, serta memberikan penjelasan mengenai penetapan harga dalam etika bisnis Islam. Hasil penelitian ini akan memberikan solusi dalam penetapan harga agar sesuai dengan Islam. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan bagi usaha lainnya yang sejenis yang mengalami hal yang sama, agar usaha yang dilakukan sesuai dengan dasar etika bisnis Islam khususnya saat penetapan harga.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks di atas, penulis akan menyelidiki beberapa persoalan utama dalam penelitian ini, antara lain:

¹⁵ Noorma Yunia, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menjalankan Usaha Kecil," Jurnal Aksioma Al-Musaqoh, Volumen 1, Nomor 1, (2018), 77.

1. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap penetapan harga pada usaha Akar Jati Mandiri di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun?
2. Bagaimana standar penetapan harga pada usaha Akar Jati Mandiri di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai permasalahan yang diangkat di atas, berikut adalah sasaran penelitian:

1. Untuk memahami dan mengkaji tinjauan etika bisnis Islam terhadap penetapan harga pada usaha Akar Jati Mandiri di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun.
3. Untuk memahami dan mengkaji standar penetapan harga pada usaha Akar Jati Mandiri di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini bisa memberikan manfaat sesuai dengan tujuan di atas:

1. Secara Teoritis

Temuan penelitian ini kemungkinan akan memperluas pengetahuan dan memberikan solusi dalam memecahkan masalah penetapan harga dalam etika bisnis Islam bagi para pengrajin kayu jati, agar para pengrajin kayu jati dapat memahami serta mengaplikasikan penentuan harga yang sinkron dengan etika bisnis Islam.

2. Secara Praktis

a. Bagi Penulis

Temuan penelitian ini bisa digunakan untuk mengimplementasikan teori harga, khususnya dalam penentuan harga dalam etika bisnis Islam yang dipelajari selama pembelajaran kuliah.

b. Bagi Pembaca

Temuan penelitian ini dirancang untuk memberikan informasi yang relevan kepada pembaca untuk memahami dan mendalami penetapan harga yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

c. Bagi Pelaku Usaha

Hasil analisis diharapkan bisa menjadi referensi bagi para pengrajin ukiran kayu jati dalam melakukan proses penetapan harga dalam etika bisnis Islam serta dapat mengaplikasikan terhadap usahanya.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Pemaparan penelitian terdahulu digunakan untuk bahan perbandingan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian yang sejenis, hal ini guna mengantisipasi adanya kesamaan pembahasan atau pokok permasalahan dengan penelitian lain. Adapun penelitian terdahulu terkait dengan penetapan harga antara lain sebagai berikut:

Pertama, oleh Muhammad Firdaus judul jurnal Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam. Masalah yang diambil ialah mengenai penerapan

etika bisnis terhadap para saudagar di pasar tradisional Kota Langsa, dengan hasil pengkajian menunjukkan bahwa para pedagang tersebut mengalami kondisi ekonomi yang memburuk sehingga munculnya itikad akan melakukan pelanggaran dalam berbisnis.¹⁶ Persamaan penelitian ini yaitu mengkaji tentang etika bisnis dalam Islam, namun masih ada perbedaan selain objek dan studi kasus penelitian yaitu penelitian ini fokus pada proses penetapan harga yang ditinjau dalam etika bisnis Islam.

Kedua, dilakukan oleh Susiyana dengan Judul Jurnal Fenomena Persaingan Harga Perspektif Etika Bisnis Islam: Sektor Industri Usaha Batako Di Kabupaten Buton Tengah. Masalah yang diambil ialah mengenai fakta yang terjadi karena kompetisi harga antara pengusaha batako. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa adanya peningkatan jumlah pengusaha batako mengakibatkan terjadinya persaingan harga antara pengusaha batako, sehingga beberapa pengusaha batako melakukan penekanan biaya untuk menetapkan harga yang lebih murah dari pengusaha batako lainnya.¹⁷ Persamaan penelitian ini yaitu mengkaji tentang etika bisnis dalam Islam, namun masih ada perbedaan selain objek dan studi kasus yaitu penelitian ini yaitu fokus pada proses penetapan harga yang ditinjau dalam etika bisnis Islam.

¹⁶ Muhammad Firdaus, "Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam," *Jurnal Hukum & Ekonomi Syariah*, Volume IV, Nomor 01, (2019), 99.

¹⁷ Susiyana, "Fenomena Persaingan Harga Perspektif Etika Bisnis Islam: Sektor Industri Usaha Batako Di Kabupaten Buton Tengah," *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 1, Nomor 2, (2021), 52.

Ketiga, dilakukan oleh Mutia Sumarmi dengan judul jurnal Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pembulatan Harga Pada Jual Beli Karet. Masalah yang diambil ialah mengenai saat jual beli karet dengan praktek pembulatan harga, dimana pembulatan harga oleh agen dilakukan dengan sendirinya tanpa adanya konfirmasi dengan petani. Sehingga uang yang diterima petani tidak sesuai dengan harga karet per kilogram. Hasil penelitian ini menunjukkan pembulatan harga agen karet melanggar prinsip-prinsip penting etika bisnis Islam tentang kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kejujuran.¹⁸ Persamaan penelitian ini yaitu meneliti tentang etika bisnis dalam Islam, namun masih ada perbedaan yaitu fokus pada proses penetapan harga yang ditinjau dalam etika bisnis Islam, sedangkan analisis yang sudah dilakukan meneliti praktik pembulatan harga pada transaksi jual beli.

Penelitian keempat, dilakukan oleh Ihna Nilava dengan judul jurnal Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri. Masalah yang diambil ialah mengenai penerapan etika bisnis, banyak pelaku bisnis yang mengabaikan etika hanya untuk memperoleh margin yang sebesar-besarnya, hal ini disebabkan semakin ketatnya persaingan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun tidak semua pedagang menerapkan praktik bisnis Islami, namun sebagian besar telah melakukannya.¹⁹ Persamaan

¹⁸ Mutia Sumarmi, "Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pembulatan Harga Pada Jual Beli Karet," *Jurnal Ekonomo Dan Bisnis Islam*, Volume 5, Nomor 2, (2020), 157.

¹⁹ Ihna Nilava, "Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri," *Jurnal At-Tamwil*, Volume 2, Nomor 2, (2022), 139.

penelitian ini yaitu meneliti etika bisnis Islam, namun ada perbedaan dalam penelitian ini yaitu fokus terhadap proses penetapan harga ditinjau dalam etika bisnis Islam, sedangkan penelitian yang sudah dilaksanakan lebih fokus terhadap penerapan etika bisnis Islam dalam mendapatkan keuntungan berbisnis.

Kelima, dilaksanakan oleh Muyassarah dengan judul jurnal Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Dalam Menjamin Kestabilan Harga Dan Daya Beli Masyarakat Di Masa New Normal. Masalah ini mengkaji harga barang pasar yang tidak stabil. Hal ini akan mendorong para pedagang melakukan persaingan yang tidak sehat sehingga mengkondisikan harga barang relatif tetap tinggi. Hal tersebut menyebabkan kekecewaan pembeli dalam membeli produk tersebut karena harga yang tinggi dari tempat lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang akan mengambil keuntungan kecil dan menerapkan strategi dengan mematok harga pas dengan maksud menarik respon konsumen untuk membeli di Pasar Salatiga.²⁰

Persamaan penelitian ini yaitu mengkaji tentang etika bisnis dalam Islam, namun masih ada perbedaan dalam penelitian ini yaitu fokus pada proses penetapan harga yang ditinjau dalam etika bisnis Islam, sedangkan penelitian yang sudah dilakukan lebih fokus terhadap penerapan etika bisnis Islam dalam kestabilan harga.

Keenam, Salehatul Khairiyah dengan judul skripsi Penetapan Harga Buah Berdasarkan Klasifikasi Konsumen Menurut Etika Bisnis Islam. Masalah yang diambil yaitu penetapan harga yang berbeda antar konsumen dengan menilai status

²⁰ Muyassarah, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Dalam Menjamin Kestabilan Harga Dan Daya Beli Masyarakat Di Masa New Normal," Volume 17, Nomor 2, (2021), 335.

konsumen. Konsumen yang menggunakan mobil akan mendapat harga yang berbeda dengan konsumen yang menggunakan sepeda motor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan pandangan Konsumen, menurut beberapa etika bisnis Islami pedagang buah dengan cara-cara membedakan harga jual antar konsumen. Beda konsep apabila pedagang memberi bantuan pada pembeli maka tindakan tersebut amat dianjurkan.²¹ Persamaan penelitian ini yaitu mengkaji tentang etika bisnis dalam Islam, namun masih ada perbedaan dalam penelitian ini yaitu fokus pada proses penetapan harga yang dilihat dalam etika bisnis Islam, sedangkan penelitian yang sudah dilakukan lebih fokus terhadap penetapan harga berdasarkan klasifikasi konsumen.

Penelitian ketujuh, yang dilakukan Laelatul Afifah pada tahun 2021 judul skripsi Analisis Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Dan Penetapan Harga Di Vilshop Madiun. Masalah yang diambil mengenai penerapan etika bisnis dalam pelayanan konsumen. Karyawan Vilshop tidak memberikan informasi yang jelas sesuai dengan kualitas asli produk yang dijual serta adanya perbedaan harga antara harga kasir dengan label harga produk. Hasil kajian menyatakan bahwa Vilshop dalam penerapan prinsip etika bisnis Islam sudah dilakukan sepenuhnya. Terutama pada konsep kebebasan dan saling menguntungkan, tetapi juga pada prinsip kejujuran, keadilan, dan integritas moral.

²¹ Salehatul Khairiyah, "Penetapan Harga Buah Berdasarkan Klasifikasi Konsumen Menurut Etika Bisnsi Islam," *Skripsi* (Palangkaraya: Iain Palangkaraya, 2017),66.

belum diterapkan sepenuhnya.²² Penelitian ini yaitu mengkaji tentang etika bisnis dalam Islam, namun masih ada perbedaan dalam penelitian ini yaitu fokus pada proses penetapan harga yang ditinjau dalam etika bisnis Islam, sedangkan penelitian yang sudah dilakukan lebih fokus terhadap penetapan harga berdasarkan yang tidak sesuai dengan harga yang tertera atau lebih menekankan pada kinerja karyawan.

Penelitian kedelapan, dilakukan oleh Yakies Szahro pada tahun 2019 dengan judul jurnal Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Penetapan Harga Jual Produk Pada Umkm Keripik Pedas Morang-Morang Di Sidoarjo. Fokus penelitian ini yaitu pada alokasi biaya yang kurang terperinci sehingga mengakibatkan usaha tersebut mengalami penurunan omset. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa perhitungan terhadap harga pokok produksi memiliki perbedaan harga pokok produksi dan harga jual lebih besar daripada perhitungan dengan metode *variable costing*.²³ Persamaan dari penelitian ini yaitu pembahasan yang diambil penentuan harga jual, sedangkan perbedaannya adalah obyek dan studi kasusnya berbeda, penelitian terdahulu lebih fokus memperhitungkan harga pokok produksi dalam penentuan harga jual, sedangkan penelitian sekarang fokus membahas penentuan harga dalam konsep etika bisnis Islam.

²² Laelatul Afifah, "Analisis Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Pelayan Dan Penetapan Harga Di Vilshop Madiun," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 79.

²³ Yakies Szahro, "Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Penetapan Harga Jual Produk Pada UMKM Keripik Pedas Morang-Morang Di Sidoarjo," *Jurnal Of Sustainability Business Research*, Volume 02, Nomor 02, (2021), 424.

Penelitian kesembilan, dilakukan oleh Salwah pada tahun 2019 dengan judul skripsi Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Jeruk Di Padanglampe Kabupaten Pangkep). Fokus kajian ini yaitu teknik penentuan harga jual suatu barang pada kasus pedangan jeruk. Pada dasarnya menentukan harga jual harus memperhitungkan biaya-biaya produksi yang dikeluarkan agar tidak mengalami kerugian atas penentuan harga jual. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa mekanisme yang dilakukan oleh pedagang jeruk yaitu belum bisa dinyatakan baik karena sebagian besar pedagang jeruk menentukan harga yang tidak sesuai dengan syariat Islam.²⁴ Persamaan dari penelitian di atas yaitu membahas mengenai penentuan harga. Perbedaannya yaitu objek dan studi kasus yang berbeda, penelitian sebelumnya mengkaji tentang mekanisme penentuan harga jual, sedangkan penelitian sekarang fokus membahas penetapan harga secara umum dalam etika bisnis Islam.

Penelitian kesepuluh, dilakukan oleh Faudi dengan judul jurnal Mekanisme Penetapan Harga Jual Beli Pertanian Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kabupaten Aceh Utara. Masalah yang diambil yaitu mengenai penetapan harga jual secara tidak adil yang dilakukan agen terhadap para petani, hal ini sangat merugikan para petani. Berdasarkan temuan penelitian ini, dikarenakan sebagian besar agen beras belum bisa menerapkan harga yang sesuai dengan prinsip

²⁴ Salwah, "Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Jeruk Di Padanglampe Kabupaten Pangkep)," *Skripsi* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2019), 64.

ekonomi Islam, maka penentuan harga belum bisa disebut baik. Persamaan dari penelitian di atas yaitu membahas mengenai penentuan harga. Sedangkan perbedaan penelitian sebelumnya fokus mengkaji mengenai mekanisme penentuan harga jual dalam konsep ekonomi Islam, sedangkan penelitian sekarang fokus mengkaji penetapan harga dalam etika bisnis Islam.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti merupakan penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah penelitian mengamati secara langsung aktivitas masyarakat yang menjadi titik permasalahan yang dijadikan sumber analisis peneliti. Dalam penelitian lapangan peneliti diharapkan terjun atau berpartisipasi langsung dalam aktivitas masyarakat guna mengumpulkan data yang akan dijadikan sumber analisis lebih lanjut.²⁵ Peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan yaitu agar lebih mudah dalam memperoleh data yang dibutuhkan, data yang dibutuhkan lebih lengkap dan dapat melihat langsung kondisi objek yang diamati. Ini akan membantu peneliti dalam pekerjaan mereka. Teknik kualitatif diterapkan dalam penelitian ini, karena temuan data akan disusun dalam bentuk kata-kata, informasi-informasi yang peneliti butuhkan akan disusun berupa kata-kata yang mudah dipahami dan dianalisis

²⁵ Sugiarta, Dkk, *Desain Penelitian Kualitatif Sastra* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), 39.

oleh peneliti dan juga orang lain. Pendekatan yang dipilih peneliti sejalan dengan jenis penelitian yang digunakan.

Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan terhadap pemahaman secara mendalam atas data yang diperoleh pada objek penelitian dan penelitian kualitatif lebih mengutamakan analisis mendalam artinya mengkaji setiap masalah yang diangkat.²⁶

2. Kehadiran Peneliti

Peneliti berfungsi sebagai alat sekaligus pengumpul data dalam penelitian ini. Akibatnya, kehadiran peneliti di lapangan sangat penting. Eksistensi peneliti harus digambarkan secara eksplisit dalam laporan penelitian mengenai perannya sebagai partisipan penuh, sebagai pengamat penuh. Selain itu, harus jelas statusnya sebagai peneliti oleh informan atau subjek.²⁷ Peneliti harus mengamati dan mengumpulkan informasi yang dibutuhkan di lapangan. Peneliti melakukan pengkajian pada usaha Akar Jati Mandiri di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun pada tanggal 2 April 2022. Informasi yang dicari untuk penyelidikan ini adalah informasi tentang penetapan harga produsen Akar Jati Mandiri.

²⁶ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 28.

²⁷ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020), 273.

3. Lokasi Penelitian

Tujuan sekaligus tempat peneliti melakukan penelitian untuk mengumpulkan data-data penting adalah area pengkajian. Tempat penelitian yang dituju peneliti yaitu di Usaha Akar Jati Mandiri di Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun. Peneliti memilih lokasi ini dikarenakan sesuai dengan topik yang dipilih oleh peneliti yaitu mengenai penetapan harga. Keunikan atau kekhasan dari lokasi ini yaitu usaha ini bisa dikatakan usaha furniture yang sudah banyak diketahui masyarakat dan memiliki lokasi usaha yang sangat strategis serta memiliki beberapa produk yang memiliki keunikan dan nilai seni yang berbeda. Usaha yang sudah berdiri sejak tahun 2015 dan produk yang dihasilkanpun tidak lepas dengan penetapan harga yang dilakukan oleh Bapak Tumijan. Maka dari itu peneliti memilih lokasi ini untuk memperoleh fakta yang terkait dengan topik yang diambil.

4. Data dan Sumber Data

Data adalah informasi yang dikumpulkan dari suatu objek studi yang masih harus diolah. Data yang dapat digunakan untuk mengamati objek, peristiwa, atau konsep yang berupa informasi keadaan, gambar, ucapan, angka, bahasa, atau simbol lainnya..²⁸ Informasi yang dibutuhkan meliputi penetapan harga serta faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga yang dilakukan oleh produsen Akar Jati Mandiri. Data-data tersebut diperoleh

²⁸ Ibid., 67.

melalui wawancara langsung dengan produsen Akar Jati Mandiri. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Data tentang penetapan harga dalam etika bisnis Islam oleh pengrajin Akar Jati Mandiri. Informasi yang kita cari yaitu penetapan harga yang diimplementasikan oleh pengrajin dipadukan dengan dasar ketetapan etika bisnis Islam.
- b. Data terhadap standar penetapan harga oleh pengrajin Akar Jati Mandiri. Informasi yang kita cari yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh pengrajin Akar Jati Mandiri.

Peneliti hanya memerlukan satu jenis data yaitu data primer. Data yang diterima langsung dari sumber data utama dengan cara-cara berikut ini disebut sebagai data primer yaitu mengamati objek, wawancara, dan penyebaran kuesioner.²⁹ Sumber data yang diperoleh yaitu dari 5 narasumber yaitu Bapak Tumijan selaku pemilik usaha, Ananda selaku anaknya sekaligus karyawan, Ibu Wati selaku istri pemilik usaha, Bapak Dwi dan Bapak Yatno selaku konsumen tetap atau pelanggan. Bapak Tumijan ini pengrajin Kayu Jati yang bertempat tinggal di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Madiun. Kami memilih Bapak Tumijan sebagai narasumber utama dikarenakan beliau sudah lama bergelut dibidang ukiran kayu dan usaha beliau saat ini juga mengalami masalah yang pantas untuk diteliti. Selain itu untuk Ananda, Ibu Wati, Bapak

²⁹ Enny Radjab, *Metode Penelitian Bisnis* (Makassar: Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makasaar, 2017), 110.

Yatno, serta Bapak Dwi sebagai narasumber untuk pelengkap data yang dibutuhkan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk metode pencarian data yang dilakukan peneliti yaitu wawancara. Wawancara ialah suatu aktivitas atau interaksi antara dua orang yang terdiri dari pewawancara dan narasumber. Interaksi ini meliputi percakapan tanya jawab secara lisan serta proses pengumpulan informasi-informasi yang fakta dilapangan untuk melengkapi data suatu penelitian.³⁰

Pelaksanaan wawancara yaitu peneliti akan mengajukan beberapa pertanyaan mengenai topik permasalahan meliputi penetapan harga serta faktor yang mempegaruhi penetapan harga yang dilakukan pada usaha pengrajin kayu jati. Hal ini yang akan peneliti wawancara terutama yaitu produsen pengrajin kayu jati atas nama Bapak Tumijan, Ibu Wati selaku istri pemilik usaha, Ananda selaku anak (karyawan), dan Bapak Dwi serta Bapak Yatno selaku pelanggan tetap.

6. Teknik Pengolahan Data

Miles dan Huberman menekankan, bahwa data diperoleh dalam penelitian kualitatif dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data. Tiga operasi dilakukan pada waktu yang sama dalam penelitian ini, berikut ketiga tahap tersebut:

³⁰ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020), 138.

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap menggali data, meringkas data, dan menekankan pada hal-hal yang pokok serta menyaring data-data yang terkumpul. Reduksi data ini salah satu kegiatan merangkum informasi-informasi yang didapat dari hasil wawancara. Data yang didapat akan disederhanakan dan disesuaikan dengan tema penelitian.

Reduksi yang dimaksud yaitu memilih data-data yang dibutuhkan serta menyederhanakan data tersebut menjadi data inti atau data pokok yang selanjutnya akan dianalisis lebih lanjut dan hasil analisis tersebut akan menarik kesimpulan dari data yang diperoleh.³¹

Data yang terkumpul mencakup beberapa data mengenai penetapan harga yang dilakukan oleh produsen pengrajin kayu jati. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk lebih mempermudah penarikan kesimpulan.

b. Penyajian Data

Proses menampilkan data yakni proses selanjutnya setelah reduksi data. Penyajian data adalah rangkuman dari data yang terorganisir yang mendukung kesimpulan yang ditarik dari data yang dikumpulkan. Data yang didapatkan dalam penelitian kualitatif berbentuk narasi, sehingga perlu adanya proses penyederhanaan atau merangkum inti data yang

³¹ Sandu Siyoto Dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Publishing, 2015), 122.

didapatkan tanpa adanya perubahan isi data yang diperoleh. Tahap ini peneliti akan menyajikan data yang disesuaikan dengan permasalahan yang dikaji, dengan diawali ciri tertentu pada setiap subpokok permasalahan³²

c. Kesimpulan atau Verifikasi

Proses analisis data berakhir dengan tahap ini yaitu untuk menarik kesimpulan. dengan cara memadukan pernyataan narasumber penelitian dengan maksud yang terdapat dalam konsep-konsep dasar penelitian. Hasil kesimpulan ini akan diperkuat dengan bukti-bukti pernyataan yang didapat saat penelitian di lapangan.³³ Sehingga dapat ditarik kesimpulan penelitian yang terkait dengan penetapan harga pada usaha Akar Jati Mandiri di Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun dalam tinjauan etika bisnis Islam.

7. Analisis Data

Analisis data yaitu langkah dalam tahap penelitian yang terjadi sesudah data terkumpul secara lengkap dan utuh. Dalam penelitian kualitatif menggunakan analisis induktif dan deduktif, namun penelitian ini peneliti hanya menggunakan analisis induktif. Penelitian kualitatif yang

³² Ibid., 124.

³³ Ibid., 24.

memfokuskan pada analisis induktif, seperti penelitian dari bidang yang dihadapi publik, guna mengembangkan teori yang dapat disederhanakan.³⁴

8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Triangulasi merupakan salah satu metode pemeriksaan keabsahan data dengan cara mencocokkan perolehan data dari hasil wawancara terhadap pokok permasalahan. Teknik ini akan menguji data dengan cara mengumpulkan data melalui teknik berbeda oleh kelompok yang berbeda. Dapat diartikan bahwa dengan menggunakan berbagai cara, kami dapat memperoleh data yang benar-benar sah.³⁵ Dalam penelitian ini memakai triangulasi sumber. Triangulasi sumber yaitu cara membandingkan keabsahan data yang didapat dari berbagai sumber yang berbeda seperti perbandingan hasil wawancara narasumber satu dengan yang lain.³⁶ Misalnya, mencocokkan hasil wawancara atau membandingkan yang dinyatakan masyarakat umum terhadap penetapan harga pada pengrajin kayu jati.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dibuat guna membantu penulisan dan memudahkan pembaca dalam mempelajari bahan penelitian “Penetapan Harga dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun”.

33. ³⁴ Umrati Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif* (Makassar: Suzana Claudia Setiana, 2020),

107. ³⁵ Firdaus & Fakhry Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian* (Sleman: CV Budi Utama, 2018),

³⁶ Ibid., 110.

Skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab yang masing-masing berisi beberapa sub bab. Berikut ini adalah daftar isi yang terlibat dalam penulisan skripsi:

BAB I Pendahuluan. Dalam bab ini membahas penjelasan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, dan metodologi penelitian. Dalam metodologi penelitian berisi penjelasan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan teknik pengecekan keabsahan data.

BAB II Kajian Teori. Bab ini memaparkan penjelasan teori yang dipakai (deskripsi teori) untuk mendukung masalah yang akan diteliti, antara lain teori etika bisnis Islam dan teori penetapan harga. Teori etika bisnis Islam mencakup 4 subbab yaitu pengertian etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam, penetapan harga Islami, dan menanggapi perubahan harga. Teori penetapan harga mencakup 3 subbab, yaitu pengertian harga, tujuan penetapan harga, dan metode penetapan harga.

BAB III Paparan Data. Dalam bab ini memaparkan kumpulan data yang diperoleh saat penelitian di lapangan yang membahas tentang penetapan harga dalam tinjauan etika bisnis Islam pada usaha kerajinan kayu Akar Jati Mandiri Desa Njambangan Kecamatan Saradan.

BAB IV Pembahasan/Analisis. Dalam bab ini menjelaskan hasil analisis mengenai penetapan harga dalam tinjauan etika bisnis Islam pada usaha kerajinan kayu Akar Jati Mandiri Desa Njambangan Kecamatan Saradan.

Bab V Penutup. Bab ini menguraikan hasil kesimpulan yang didapatkan saat penelitian serta terdapat saran atau ulasan dari penulis tentang pembahasan yang dikaji.



BAB II

PENETAPAN HARGA

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Bisnis adalah suatu aktivitas atau bentuk usaha yang dilakukan oleh manusia sesuai dengan kemampuannya untuk mencari rezeki guna mencukupi kebutuhan hidup, sehingga dalam menerapkan bisnis Islam hendaknya jangan melupakan etika pada saat menjalankan bisnis yang dijalankan. Etika dalam menjalankan bisnis ialah sebuah konsep bidang ilmu yang mengajarkan perilaku etis dalam berbisnis terkadang dilupakan oleh pelaku bisnis itu sendiri, karena etika merupakan sebuah pelaksanaan nilai-nilai moral yang tertanam dalam diri seseorang pada saat menjalankan bisnis.¹

Etika ialah sekumpulan dasar moral yang dapat mengajarkan seseorang untuk membedakan hal-hal yang baik dan hal-hal yang buruk.² Maka dari itu etika adalah prinsip atau nilai-nilai akhlak yang tertanam pada pribadi setiap insan, nilai-nilai moral ini berkaitan dengan manusia sebagai ciptaan Allah

¹ Iwan Aprianto Dkk, *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 4.

² Nurul Huda Dkk, *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi* (Depok: Kencana, 2017), 113.

yang paling sempurna dapat berperilaku secara baik dengan didasarkan pada etika yang baik ditengah kehidupan berbangsa, bernegara dan beragama.³

Etika bisnis adalah sekumpulan prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, benar, salah, dan sebagainya, sekaligus prinsip-prinsip umum yang menuntun seseorang menerapkan etika yang baik dalam berbisnis. Arti lain, etika bisnis ialah prinsip-prinsip dan norma atau perilaku yang harus diterapkan, dijalankan oleh para pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitas bisnisnya guna mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan jalan yang benar.⁴

Melihat dari beberapa definisi etika bisnis secara umum, maka yang dimaksud etika bisnis Islam adalah sekumpulan perilaku etis bisnis yang didasarkan dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku etis ialah perilaku yang taat atas perintah Allah dan menjauhi larangannya. Etika bisnis Islam sudah banyak dibahas dalam sumber utamanya adalah Al-Qur'an dan sunnaterrasul, dimana pelaku-pelaku bisnis diharapkan untuk berperilaku sesuai dengan nilai syariah dalam berbagai aktivitasnya terutama berbisnis. Prinsip yang harus diperhatikan dalam

³ Iwan Aprianto Dkk, *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 5.

⁴ Fakhry Zamzam & Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 2.

berbisnis seperti kepercayaan, keadilan dan kejujuran, prinsip tersebut merupakan kunci utama dalam mencapai kesuksesan suatu bisnis.⁵

2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Membangun prinsip yang mengedepankan etika bisnis Islam yang sehat, seyogyanya dimulai dari pemahaman seorang pebisnis mengetahui etika-etika dalam berbisnis, prinsip dari etika bisnis Islam itu sendiri tidak keluar dari ajaran Islam. Islam itu sendiri telah mengatur berbagai macam aspek, artinya nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran Islam terdiri dari “akhlak” mulai dari mengutamakan kejujuran, disiplin serta bertanggung jawab.

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang menjadi dasar sifat-sifat Rasulullah SAW yang terdiri dari:

a. *Shiddiq*

Shiddiq artinya benar. Dalam konteks menjalankan bisnis Islam tidak hanya benar dalam perkataan/ucapan namun juga dituntut benar secara perbuatan.

b. *Amanah*

Amanah artinya dipercaya. Menjalankan bisnis sangat dibutuhkan kepercayaan antara pebisnis dan konsumen, untuk menumbuhkan kepercayaan seseorang kepada pelaku bisnis, pebisnis harus bertanggungjawab, memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan atau

⁵ Rahmat Hidayat & Muhammad Rifa'i, *Etika Manajemen Perspektif Islam* (Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPI), 2018), 185.

kesepakatan antara pebisnis dengan konsumen tidak mengecewakan/merugikan salah satu pihak.

c. *Tabligh*

Tabligh artinya menyampaikan. Menjalankan bisnis Islam harus sesuai dengan kondisi barang yang akan dijual tidak menutup-nutupi kualitas barang tersebut, kemudian sampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh semua orang.

d. *Fathonah*

Fathonah artinya cerdas/cerdas. Dalam menjalankan bisnis Islam juga harus cerdas, cerdas dalam berkomunikasi bersama konsumen, cerdas mengatur strategi marketing, cerdas mempromosikan barang, cerdas dalam membaca situasi dalam menjalankan bisnis.

Seorang pebisnis hendaknya memiliki komitmen serta menjaga ketika dalam berbisnis, kemudian konsisten kepada sifat-sifat Rasulullah SAW dalam menjalankan bisnis Islam tersebut.⁶

3. Penetapan Harga yang Islami

Dalam Islam penetapan harga dapat dilakukan jika terjadi alam dua keadaan yaitu (a) faktor yang menyebabkan perubahan harga atau distorsi terhadap *genuine factors*, (b) terdapat urgensi masyarakat terhadap penetapan

⁶ Ibid., 12-14.

harga (keadaan darurat). Beberapa penyebab yang menimbulkan distorsi sebagai berikut:

- a. Adanya penimbunan oleh beberapa penjual
- b. Adanya persaingan yang tidak sehat dan menggunakan cara yang tidak adil sehingga harga yang tercipta bukan harga pasar yang sebenarnya.
- c. Adanya keinginan yang jauh berbeda antara penjual dan pembeli.⁷

Penetapan harga dalam etika bisnis Islam yaitu suatu penetapan harga yang dalam menetapkan suatu barangnya, tidak hanya bertujuan mencari keuntungan semata, akan tetapi juga berperilaku etis (*akhlaq al Islamiyah*), yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram sebagai salah satu bentuk ibadah kita kepada Allah SWT. Oleh karena itu keuntungan yang dihasilkan melalui bisnis tidak boleh merugikan pihak lain serta bisnis juga harus dijalankan sesuai dengan aturan etika dalam syariah Islam.

Suatu harga menjadi tidak adil dapat disebabkan oleh adanya empat faktor, yaitu pertama penipuan. Ini terjadi misalnya kolusi dilakukan oleh produsen dan distributor dalam penetapan harga. Kedua, ketidaktahuan pada pihak konsumen. Ketiga, penyalahgunaan kuasa misalnya permainan harga atau banting harga oleh pengusaha besar yang mengakibatkan ruginya

⁷ Veithzal Rivai Zainal, Dkk, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 442.

pegusaha kecil. Keempat, manipulasi promosi yakni memanipulasikan emosional seseorang untuk memperoleh untung yang besar atau menggunakan kondisi psikologis orang yang sedang berkabung. Penetapan harga yang adil dihubungkan dengan perbuatan yang adil tampak terdapat kemiripan. Suatu perbuatan dapat disebut sebagai yang adil, bila perbuatan itu dihubungkan terhadap maksud yang dituju oleh perbuatannya itu.⁸

4. Menanggapi Perubahan Harga

Perubahan harga dapat diakibatkan oleh perubahan lingkungan atau pergeseran permintaan. Perusahaan seringkali dihadapkan pada situasi yang mengharuskan mereka untuk menurunkan, menaikkan, atau menyesuaikan harga.

a. Reaksi terhadap perubahan harga

Perubahan yang terjadi terhadap harga dapat memancing tanggapan dari berbagai pihak, seperti pelanggann, pesaing, distributor, pemasok, bahkan pemerintah. Dalam hal ini, ketika terjadi penurunan harga, masyarakat sering kali beranggapan bahwa barang tersebut digantikan dengan model baru, barang cacat dan tidak laku, atau perusahaan sedang berada dalam kondisi keuangan yang sulit. Sementara itu, ketika terjadi kenaikan harga, masyarakat beranggapan bahwa barang tersebut laris di pasaran atau memiliki nilai yang sangat baik.

⁸ R.Lukman Fauroni, *Etika Bisnis Islam* (Bantul: Pustaka Pesantern, 2006), 209-210.

b. Peningkatan Harga

Perubahan harga berupa peningkatan harga atau yang biasa disebut inflasi dapat disebabkan oleh tiga faktor, yaitu (a) langkanya barang, (b) penurunan nilai mata uang masyarakat, (c) tingginya angka permintaan. Ketiga faktor yang menyebabkan peningkatan harga tersebut membuat kemampuan uang menurun dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Peningkatan harga tidak boleh dilakukan secara sepihak baik dari sisi penjual maupun dari sisi pembeli. Peningkatan harga demi kepentingan penjual dapat menyusahkan masyarakat terutama golongan ekonomi menengah ke bawah. Sementara itu, peningkatan harga demi kepentingan pembeli dapat mendorong hilangnya barang di pasaran, serta merugikan penjual. Untuk itu diperlukan persetujuan semua pihak dalam penetapan harga, termasuk peningkatan harga. Keberhasilan peningkatan harga dapat menghasilkan laba yang cukup besar.

c. Penurunan Harga

Penurunan harga yang dilakukan oleh suatu perusahaan dapat memicu perang harga dalam pasar. Perusahaan terkadang memulai penurunan harga dalam rangka gerakan mendominasi pasar melalui biaya yang lebih rendah. Terdapat tiga alasan yang menyebabkan perusahaan harus melakukan penurunan harga:

- 1) Strategi defensif yaitu perusahaan memotong harga untuk menghadapi persaingan yang semakin kuat.

- 2) Strategi ofensif yaitu perusahaan memiliki tujuan untuk memenangkan persaingan dengan produk kompetitor.
- 3) Respons terhadap kebutuhan pelanggan yang disebabkan oleh perusahaan lingkungan.

d. Penyesuaian harga

Perubahan harga biasanya tidak menetapkan hanya satu harga, melainkan struktur penetapan harga yang mencerminkan perbedaan permintaan dan biaya geografis, tuntutan segmen pasar, waktu pembelian, tingkat pemesanan, frekuensi pengiriman, jaminan, kontrak perbaikan dan faktor lainnya. Penyesuaian harga dapat dikelompokkan menjadi enam strategi berikut:

- 1) Penetapan harga diskon dan pengurangan harga yaitu mengurangi harga untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan.
- 2) Penetapan harga tersegmentasi yaitu menyesuaikan harga untuk membuat perbedaan di antara pelanggan, produk dan lokasi.
- 3) Penetapan harga psikologis yaitu menyesuaikan harga untuk mempengaruhi secara psikologis.
- 4) Penetapan harga promosi yaitu menyesuaikan harga untuk meningkatkan penjualan dalam jangka pendek.
- 5) Penetapan harga geografis yaitu menyesuaikan harga untuk memperhitungkan lokasi geografis pelanggan.

- 6) Penetapan harga internasional yaitu menyesuaikan harga untuk pasar tradisional.⁹

B. Harga

1. Pengertian Harga

Harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang dapat membuahkan pendapatan melalui penjualan. Harga yaitu nilai produk yang dinyatakan dengan jumlah uang atau nilai yang dapat disamakan dengan uang atas suatu produk yang dijual dengan manfaat yang terkandung dalam produk tersebut bagi seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu. Harga jual menjadi salah satu hal yang penting dalam berbisnis serta menjadi patokan untuk menentukan keuntungan yang diperoleh penjual.¹⁰ Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk membeli produk yang diinginkan. Harga juga menjadi penting bagi konsumen karena menjadi patokan konsumen mengeluarkan uang untuk membeli produk yang dibutuhkan.¹¹

Harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk barang atau jasa, serta sebagai variabel yang menentukan komparasi produk atau barang sejenis. Islam sangat menjunjung tinggi keadilan termasuk penentuan

⁹ Veithzal Rivai Zainal, Dkk, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 454.

¹⁰ Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam* (Depok: Guepedia Publisher, 2018), 26.

¹¹ *Ibid.*, 27.

harga. Harga yang adil berarti harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil. Dalam hal ini, penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.¹²

Beberapa uraian pengertian harga di atas dapat disimpulkan bahwa harga yaitu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang dalam satuan uang.

2. Tujuan Penetapan Harga

Tujuan dari penetapan harga antara lain:

- a. Bertahan hidup. Tujuan menetapkan harga bagi penjual yaitu untuk bertahan hidup agar produk-produk yang dijual tetap laku dengan penentuan harga semurah mungkin. Tujuan harga murah yaitu agar barang yang dijual segera laku namun penjual juga masih mendapatkan keuntungan.
- b. Memaksimalkan laba. Penjual akan menyiapkan strategi dalam menentukan harga baik harga mahal maupun murah, dengan penetapan harga tersebut bertujuan agar produk penjualan meningkat dan laba yang diperoleh akan maksimal.

¹² Veithzal Rivai Zainal, Dkk, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 430-431.

- c. Memperbesar pemasaran. Strategi yang dilakukan penjual yaitu dengan cara menetapkan harga murah dengan tujuan menarik para pelanggan untuk membeli produk tersebut. Hal ini juga akan memperluas pemasaran dan menambah pelanggan dengan strategi harga murah.
- d. Karena pesaing. Strategi penetapan harga melihat harga produk dari pesaing, penjual bisa melebihi atau lebih rendah dibanding harga produk yang sama dari pesaing terdekat. Hal ini akan menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk yang dibeli, dengan harga yang mahal atau yang murah.¹³

3. Metode Penetapan Harga

Metode penetapan harga dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama, yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, metode penetapan harga berbasis biaya, metode penetapan harga berbasis laba, dan metode penetapan harga berbasis persaingan.

a. Metode penetapan harga berbasis permintaan

Metode penetapan harga berbasis permintaan adalah suatu metode yang menekankan pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor lain seperti biaya, laba dan persaingan. Namun adapun beberapa hal yang menjadi pertimbangan penggunaan metode ini adalah daya beli, posisi produk dalam gaya hidup

¹³ Ibid., 31-32.

pelanggan, jenis dan segmen pasar, posisi produk di pasar, manfaat atau benefit produk, serta tingkat potensial pasar.

Terdapat metode penentuan harga berbasis permintaan yang diuraikan sebagai berikut:

- 1) *Skimming pricing method*, metode yang diterapkan dengan menetapkan harga tinggi terhadap suatu produk baru atau inovatif selama tahap pengenalan, kemudian menurunkan harga saat persaingan ketat.
- 2) *Penetration pricing method*, metode yang diterapkan untuk membuat perusahaan berusaha untuk memperkenalkan suatu produk baru berharga rendah.
- 3) *Prestige pricing method*, harga dapat digunakan oleh pelanggan sebagai ukuran kualitas atau prestise suatu barang atau jasa.
- 4) *Price lining method*, digunakan jika perusahaan menjual produk lebih dari satu jenis.
- 5) *Odd-even pricing method*, metode yang digunakan untuk penjualan barang pada tingkat pengecer.
- 6) *Demand backward method*, metode berdasarkan suatu target harga tertentu, kemudian perusahaan melakukan penyesuaian terhadap komponen produknya.

7) *Bundle pricing method*, metode pemasaran dua atau lebih oroduk dalam satu harga paket.¹⁴

b. Metode penetapan harga berbasis biaya

Metode penetapan harga berbasis biaya adalah suatu metode yang menekankan pada faktor penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga didasarkan pada biaya produksi dan pemasaran ditambah dengan jumlah tertentu agar dapat menutupi biaya langsung, overhead, dan laba. Terdapat metode penentuan harga berbasis biaya yaitu:

- 1) *Standard markup pricing* harga yang ditentukan dengan menambahkan presentase tertentu dari biaya pada semua item.
- 2) *Cost plus percentage of cost pricing*, perusahaan menambahkan presentase tertentu terhadap biaya produksi untuk menentukan harga satu item.
- 3) *Cost plus fixed fee pricing*, metode yang digunakan perusahaan dalam mendapatkan ganti atas semua biaya yang dikeluarkan.
- 4) *Eksperience curve pricing*, metode yang dikembangkan atas dasar konsep efek belajar yang menyatakan bahwa uni cost barang dan jasa akan menurun atau meningkat dua kali lipat dari pengalaman perusahaan dalam melakukan produksi dan penjualan.¹⁵

¹⁴ Veithzal Rivai Zainal, Dkk, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 444-446.

¹⁵ Ibid., 430.

c. Metode penetapan harga berbasis laba

Penetapan harga berbasis laba adalah suatu metode yang berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya penetapan harga. Upaya tersebut dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk presentase terhadap penjualan atau investasi. Manfaat dari penetapan harga berbasis laba adalah perusahaan dijamin mendapat untung dari setiap penjualan. Namun ada risikonya, jika pesaing memiliki biaya lebih rendah, maka itu pesaing dapat mengambil alih harga dan mencuri pangsa pasar. Bahkan jika pesaing tidak memiliki biaya yang lebih rendah, ia mungkin memilih strategi penetapan harga yang lebih agresif untuk mendapatkn momentum di pasar.

d. Metode penetapan harga berbasis persaingan

Metode berbasis persaingan adalah suatu metode yang mempertimbangkan perilaku pesaing dalam penetapan harga. Penetapan harga berbasis pesaing biasanya digunakan untuk menguji harga produk, terutama jika perusahaan baru mengenal pasar. Perusahaan membutuhkan penelitian menyeluruh tentang apa yang dilakukan pesaing, apa yang mereka tawarkan dan berapa harga yang mereka tawarkan, sampai perusahaan bisa memutuskan strategi penetapan harga yang cocok. Jika dibandingkan dengan strategi lain seperti penetapan harga berbasis biaya, harga ditentukan dengan hasil analisis biaya produksi. Namun penetapan harga berbasis pesaing hanya

berfokus pada informasi publik tentang harga pesaing, bukan nilai pelanggan.



BAB III

PAPARAN DATA

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Berdiri

Akar Jati Mandiri yaitu sebuah usaha yang menjual berbagai macam kerajinan yang berasal dari akar kayu jati asli. Usaha ini berdiri sejak tahun 2015 yang beralamatkan di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun, usaha ini dirintis oleh warga sekitar yang bernama Bapak Tumijan. Wilayah tersebut dijuluki sebagai petani kayu dan lokasi usaha ini memang dekat dengan hutan, maka dari itu Bapak Tumijan selaku produsen memanfaatkan hal tersebut untuk usahanya. Berbekal keterampilan dan jiwa seni yang dimilikinya, beliau bisa menciptakan macam-macam kerajinan yang memiliki nilai seni dan juga nilai harga yang tinggi. Macam-macam kerajinan yang dibuat yaitu seperti meja kursi 1 paket, meja satuan, kursi satuan, hiasan dinding berbentuk hewan ataupun bunga, hiasan meja berbentuk hewan ataupun bunga, hiasan bonsai.¹

Setiap jenis memiliki harga berbeda-beda tergantung bentuk dan kesulitan dalam berproduksi. Harga produk yang dijual dimulai dari harga yang paling rendah sekisaran Rp400.000,00 dan harga yang paling tinggi

¹ Tumijan, *Wawancara*, 2 April 2022

sekisaran Rp4.000.000,00. Usaha ini dioperasikan oleh Bapak Tumijan dengan dibantu anaknya yang sama-sama memiliki jiwa seni. Perpaduan seni antara bapak dan anak ini dijadikan sebuah peluang untuk menciptakan karya-karya yang berkualitas. Akar Jati Mandiri tidak hanya menjual kerajinan dari akar jati saja, namun juga menyediakan sebuah lukisan yang dikerjakan oleh anaknya.²

B. Data Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Penetapan Harga Pada Usaha Akar Jati Mandiri di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun

Etika bisnis Islam adalah sekumpulan perilaku etis bisnis yang didasarkan dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram, jadi perilaku etis ialah perilaku yang taat atas perintah Allah dan menjauhi larangannya.³ Hal ini juga diterapkan saat menetapkan harga jual, dimana perilaku etis harus diterapkan saat proses penetapan harga.

Bapak Tumijan selaku pemilik Akar Jati Mandiri dalam menetapkan harga selalu mempertimbangkan setiap aspek yang terkandung dalam sebuah produk seperti kerapian, keunikan, kerumitan, seperti halnya yang disampaikan oleh Bapak Tumijan sebagai berikut:

“Karya saya itu memang sepele ya mbak, kerajinan yang berasal dari bonggol atau akar kayu jati. Namun disini saya menetapkan harga jual sesuai dengan keunikan produk, kerapian saat pembuatan, kerumitan saat pembuatan. Jadi murah atau mahal sebuah produk tergantung hal tersebut

² Tumijan, *Wawancara*, 2 April 2022

³ Rahmat Hidayat & Muhammad Rifa'i, *Etika Manajemen Perspektif Islam* (Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPI), 2018), 185.

mbak. Namun yang sangat berpengaruh dalam proses penetapan harga ya karena kondisi ekonomi saya mbak”.⁴

Penetapan harga yang dilakukan Bapak Tumijan dikarenakan kondisi ekonomi keluarga, hal ini dipertegas oleh Ananda selaku karyawan sekaligus anaknya:

“Memang salah satu faktor utama penetapan harga ya karena kondisi ekonomi keluarga mbak, apabila keluarga sedang membutuhkan uang produk apapun itu dijual murah sama bapak. Malah ada produk yang sudah lama pun dijual dengan harga yang murah untuk memenuhi kebutuhan keluarga”.⁵

Dari penjelasan Bapak Tumijan dan Ananda menyatakan bahwa kondisi ekonomi keluarga menjadi alah satu faktor dalam penetapan harga. Hal ini dipertegas kembali oleh bapak Tumijan atas penurunan atau kenaikan harga yang dilakukan:

“Saya menurunkan harga produk apabila saya sedang mengalami kondisi ekonomi yang rendah, saya jual semurah mungkin agar cepat mendapatkan uang. Namun apabila kondisi ekonomi saya membaik, saya akan menjual harga setinggi mungkin mbak tanpa adanya konfirmasi sama konsumen, yang peneting saya dapat untung besar”.⁶

Dari penjelasan Bapak Tumijan bahwa beliau menetapkan harga tinggi tanpa adanya konfirmasi dengan konsumen, hal ini akan diperjelas oleh Ananda yang melayani konsumen, berikut paparan datanya:

“Memang dalam penetapan harga, bapak saya tidak mempertimbangkan aspek-aspek yang penting dalam bisnis, terutama konsumen mbak. Pernah terjadi saat konsumen ada yang membeli produk hiasan hewan, bapak Tumijan membandrol harga hampir Rp 3.500.000 . Sebelumnya harga awal produk tersebut sekitar Rp 2.500.000, namun bapak menaikkan harga tanpa adanya konfirmasi dengan konsumen. Alhasil konsumen merasa dirugikan, karena produk yang dijual tersebut produk lama dan bagian dalam hiasan tersebut keropos”.⁷

⁴ Tumijan, *Wawancara*, 2 April 2022

⁵ Ananda, *Wawancara*, 13 April 2022

⁶ Tumijan, *Wawancara*, 13 April 2022

⁷ Ananda, *Wawancara*, 12 April 2022

Hal ini sudah dijelaskan oleh Ananda bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh bapak tumijan dilakukan secara sepihak dan juga merugikan konsumen. Data ini akan diperjelas oleh Bapak Dwi selaku konsumen yang membeli kerajinan di Akar Jati Mandiri yang mengalami kerugian, berikut paparannya:

“Saya kemarin beli hiasan singa mbak seharga Rp 3.500.000, namun saat saya lihat barangnya si produsen ini tidak memberikan informasi apapun mengenai produknya beliau Cuma bilang bagus dan bahannya kayu jati asli. Setelah saya bayar dan bawa pulang, ternyata harga aslinya sekitar Rp 2.500.000 itupun saya dapat informasi dari adek saya yang tidak jadi beli di Akar Jati Mandiri. Produknya saya lihat ternyata sudah ada yang keropos. Disini saya juga merasa dirugikan juga sih mbak”.⁸

Pernyataan dari Bapak Dwi bahwa beliau membeli produk dengan harga yang ditetapkan produsen Akar Jati Mandiri tidak sesuai dengan kualitas yang Bapak Dwi terima. Adanya pernyataan tersebut, Bapak Tumijan pun menjelaskan penetapan harga yang dilakukan, sebagai berikut:

“Sebenarnya saya menjual brang itu ya asal jual saya mbak, saya tidak terlalu memperhatikan barang itu masih dalam kondisi bagus atau tidak. Ya intinya yadi lo mbak, yang penting saya dapat keuntungan udah beres”.⁹

Pernyataan dari Bapak Tumijan bahwa yang penting mendapatkan keuntungan, selain itu Ananda juga menegaskan proses penetapan harga serta kualitas produk yang dijual sebagai berikut:

“Memang sering ya mbak, baapak saya itu menjual berbagai produk malah ada produk yang sudah dipakai pun beliau jual tanpa memperhatikan kualitas. Sebenarnya ada beberapa konsumen yang komplain dengan kualitas serta harga yang ditetapkan namun bapak saya tidak ingin merubahnya. Intinya jikalau merasa sudah mendapatkan keuntungan ya sudah, beliau tidak akan memperhatikan komplain ataupun kualitas barang. Dan sering terjadi juga saat penetapan harga secara sepihak”.¹⁰

⁸ Dwi, *Wawancara*, 13 April 2022

⁹ Tumijan, *Wawancara*, 2 April 2022

¹⁰ Ananda, *Wawancara*, 12 April 2022

Dari berbagai penjelasan di atas oleh Bapak Tumijan dan Ananda bahwa dalam menetapkan harga, Bapak Tumijan memperhatikan kualitas barangnya serta dipengaruhi oleh kondisi ekonomi keluarganya. Namun dari penetapan harga yang dikeluarkan, ada pihak yang dirugikan karena proses penetapan harga dilakukan secara sepihak. Hal ini dinyatakan oleh Bapak Dwi serta Ananda bahwa Bapak Tumijan sering menetapkan harga secara sepihak tanpa adanya konfirmasi dengan konsumen, selain itu beliau juga tidak terlalu memperhatikan kualitas produk yang akan diterima konsumen. Apabila produk berhasil dijual dan mendapatkan keuntungan, Bapak Tumijan tidak memperhatikan kembali harga yang ditetapkan ataupun kualitas barang yang dijual.

C. Data Penetapan Harga Pada Usaha Akar Jati Mandiri di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun

Harga jual memiliki dampak langsung pada konsumen, itu adalah aspek yang paling signifikan dari rencana pemasaran. Dengan penetapan harga akan lebih mudah bagi suatu perusahaan untuk mencapai kesuksesan, salah satunya adalah dengan memperluas tujuan pemasaran dan menghasilkan keuntungan yang besar.¹¹

Menurut Veithzal dkk dalam bukunya menyatakan bahwa ada empat jenis penetapan harga yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, metode

¹¹ Achmad Rizal, *Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0* (Sleman: CV Budi Utama, 2020), 192-193.

penetapan harga berbasis biaya, metode penetapan berbasis laba, dan metode penetapan harga berbasis persaingan.

1. Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Penetapan harga berbasis permintaan ini pada dasarnya menekankan pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor lain seperti biaya, laba dan persaingan. Dalam menetapkan harga jual produsen Akar Jati Mandiri melakukan strategi untuk mempercepat penjualan, seperti halnya yang disampaikan oleh Bapak Tumijan sebagai berikut:

“Saya ini menetapkan harga sesuai dengan keinginan saya mbak. Jadi saya tidak begitu memperhatikan seberapa besar permintaan masyarakat, karena tidak setiap hari juga bahannya ada. Jadi saya menetapkan harga misalkan hiasan bunga saya ingin jual seharga 1 juta, ya sudah saya jual dengan harga segitu. Yang penting produk saya laku ya tidak masalah bagi saya. Selain dasar keinginan, yang menjadi pertimbangan harga itu dari tingkat kerumitan sih mbak yang utama. Jadi walaupun permintaan masyarakat banyak atau sedikit itu pun tidak berpengaruh, intinya saya buat produk saya jual, laku alhamdulillah.”¹²

Dari penjelasan Bapak Tumijan bahwa dalam menetapkan harga tidak berpatok dengan permintaan pembeli, hal ini juga dijelaskan oleh karyawan Akar Jati Mandiri. Ananda menyebutkan bahwa:

“Memang untuk permintaan masyarakat kami tidak terlalu merespon dikarenakan bahan baku yang tidak setiap hari ada. Namun untuk harga yang kami tetapkan kami sesuaikan dengan tingkat keunikan dan juga kerumitan prose pembuatan. Jadi kita tidak menaikkan atau menurunkan

¹² Tumijan, *Wawancara*, 2 April 2022

harga karena permintaan, justru faktor dalam menetapkan harga murah atau tinggi yaitu faktor kondisi ekonomi keluarga.”¹³

Dari penjelasan Bapak Tumijan dan Ananda bahwa dalam menetapkan harga produk akar jati mandiri didasarkan karena tingkat kerumitan proses pembuatan produk serta keunikan produk. Selain itu faktor kondisi ekonomi Keluarga Juga Mempengaruhi Penetapan Harga Jual Produk.

2. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Penetapan harga berbasis biaya pada dasarnya menekankan pada faktor penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Dalam proses menetapkan harga Bapak Tumijan tidak begitu memperhitungkan biaya-biaya produksi yang dikeluarkan, seperti halnya yang disampaikan Bapak Tumijan sebagai berikut:

“Namanya murah itu bukan berarti jelek ya mbak, tapi saya menetapkan harga murah ini saya sesuaikan dengan kondisi ekonomi saya. Apabila saya sekarang ini mendesak butuh uang jadi produk tersebut saya jual sesuai uang yang saya butuhkan. Jadi saya membuat produk itu saya tidak terlalu memperhitungkan berapa biaya yang saya keluarkan, cuma saya menetapkan harga sesuai dengan keadaan ekonomi saya dan juga tingkat kerumitan saat pembuatan produk tersebut. Kadang saya menetapkan harga tidak berpatok apapun, hanya pada keinginan saya. Misal saya ingin saya jual dengan harga murah oke, harga mahal oke selama saya masih mendapatkan keuntungan. Jadi apabila ada barang di rumah misal hiasan meja bunga atau kursi ya sudah itu saya jual mbak, walaupun itu barang sudah saya pakai seperti kursi itu”.¹⁴

¹³ Ananda, *Wawancara*, 12 April 2022

¹⁴ Tumijan, *Wawancara*, 2 April 2022

Dalam menetapkan harga Ananda selaku karyawan Akar Jati Mandiri juga dimintai pertimbangan dalam penetapan harga, hal tersebut dipaparkan sebagai berikut:

“Bapak saya itu dalam menetapkan harga beliau sering meminta pertimbangan dari saya seperti terlalu rendah atau terlalu tinggi harga yang ditetapkan. Namun pada dasarnya bapak saya menjual produknya ya seperti saya bilang tadi mbak sesuai dengan keinginan beliau dan juga disesuaikan dengan kondisi ekonomi. Jadi beliau tidak mempertimbangan seperti biaya-biaya yang dikeluarkan apakah nanti dapat untung atau tidak”.¹⁵

Dari penjelasan Bapak Tumijan dan Ananda selaku karyawan dalam melakukan penetapan harga produk, terutama produsen tidak berpacu dalam apapun tidak ada proses rekayasa ulang ataupun penekanan biaya serta perhitungan biaya produksi. Penetapan harga produk didasari dengan kondisi ekonomi produsen Akar Jati Mandiri.

3. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Penetapan harga berbasis laba pada dasarnya menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harga. Produsen Akar Jati Mandiri dalam menetapkan harga biasanya menetapkan harga yang tinggi dari harga sebelumnya, hal ini bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang besar, sebagaimana penjelasan beliau sebagai berikut:

“Kalau untuk modal sebenarnya modal nya hanya di alatnya mbak, seperti tatah, geraji seperti itu. Untuk akar jati nya itu saya dapatkan di hutan, jadi setiap hari saya pergi ke hutan untuk melihat apakah ada pohon yang tumbang, apakah ada akar yang bagus untuk diolah lagi seperti itu. Tapi

¹⁵ Ananda, *Wawancara*, 2 April 2022

untuk bentuk daun itu kebanyakan saya beli, soalnya akar bentuk daun itu susah mbak dan harganya pun mahal. Jadi kalau ditanya modal nya bisa kembali atau tidak pasti kembalinya mbak. Namanya seni ya mbak, sesuka hati kita ingin jual berapa karena kan tidak ada standar harganya. Beda kayak cabe atau minyak goreng itukan standar harga di pemerintah. Namun agar saya untung lebih besar ya saya akan jual dengan harga lebih tinggi lagi. Disini untuk harga kerajinan tidak ada standarnya seperti minyak atau beras, jadi saya menetapkan harga ya sesuai keinginan saya”.¹⁶

Dalam menetapkan harga jual yang tinggi untuk mendapatkan keuntungan besar pada usaha Akar Jati Mandiri, Ibu Wati selaku Istri dari Bapak Tumijan juga menyebutkan hal tersebut seperti data yang dipaparkan sebagai berikut:

“Untuk pengembalian modal pastinya suami saya harus bisa mengatur harga mbak, jadi harga yang dikeluarkan harus tinggi agar modal bisa kembali dan kita tidak rugi apalagi bahan akar yang berbentuk daun itu harganya juga lumayan mahal. Kan untuk harga kerajinan tidak ada standarnya mbak, jadi ya tergantung suami saya mbak untuk penetapan harganya”.¹⁷

Dari penjelasan Bapak Tumijan dan Ibu Wati, bahwa Akar Jati Mandiri menetapkan harga jual tinggi agar modal yang dikeluarkan bisa kembali dan usaha tidak mengalami kerugian, karena pada dasarnya kerajinan tidak ada standar harganya. Jadi Bapak Tumijan menetapkan harga jual tinggi untuk bisa meraih target sasaran serta mendapatkan keuntungan yang besar.

4. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

¹⁶ Tumijan, *Wawancara*, 2 April 2022

¹⁷ Wati, *Wawancara*, 12 April 2022

Penetapan harga berbasis persaingan pada dasarnya metode yang mempertimbangkan perilaku pesaing dalam penetapan harga. Namun Bapak Tumijan tidak memperhatikan persaingan dalam menetapkan harga produknya, hal ini diperjelas sebagai berikut:

“Pesaing itu bukan hal yang saya jadikan alasan untuk menetapkan harga, saya membuat produk ini tidak untuk bersaing. Jikalau ada konsumen yang beli produk saya ya alhamdulillah, kalau tidak ada yang beli mungkin itu belum rezeki saya. Intinya gini mbak, kalau kita bicara mengenai penetapan harga. Harga yang saya keluarkan itu dari keinginan saya sendiri dan juga tergantung kondisi ekonomi keluarga. Jadi kalau saya lagi butuh uang seadanya produk entah itu produk lamapun ya saya jual sekalipun harga serendah mungkin. Seberapapun harga yang saya bandrol, saya tetap dapat untung kok mbak”.¹⁸

Dari penjelasan Bapak Tumijan bahwa persaingan bukan alasan dalam menetapkan harga produk, hal ini juga dipertegas oleh Ananda sebagai berikut:

“Kata pesaing sebenarnya tidak ada ya mbak menurut kami, malah banyak pengrajin kayu jati dari pinggiran kota datang ke rumah untuk kolaborasi imajinasi. Jadi untuk harga yang ditetapkan para pengrajin pun juga berbeda-beda karena imajinasi mereka dan keunikan produknya memiliki nilai sendiri-sendiri. Jadi bapak saya itu kalau menentukan harga ya disesuaikan dengan keadaan kondisi ekonomi, itu yang paling utama mbak”.¹⁹

Sama halnya yang diungkapkan oleh Ibu Wati bahwa pesaing tidak menjadi alasan dalam penetapan harga, penjelasan ini dipaparkan sebagai berikut:

“Suami saya itu kalau menetapkan harga ya sesuka dia mbak, namun apabila keluarga kami lagi butuh uang ya semua produk pun dijual murah oleh suami saya. Jadi gimana caranya biar dapat uang, jadi pesaing

¹⁸ Tumijan, *Wawancara*, 2 April 2022

¹⁹ Ananda, *Wawancara*, 12 April 2022

itu bukan hal yang mempengaruhi penetapan harga produk, namun kondisi ekonomi keluarga yang sangat mempengaruhi penetapan harga produk”.²⁰

Dari penjelasan Bapak Tumijan, Ananda dan Ibu Wati bahwa pesaing bukan salah satu faktor yang berpengaruh dalam proses penetapan harga, namun penetapan harga yang dilakukan Bapak Tumijan berlandaskan kondisi ekonomi keluarga.

Secara garis besar berdasarkan hasil wawancara dengan produsen sekaligus karyawan Akar Jati Mandiri, metode penetapan harga yang diterapkan yaitu metode penetapan harga berbasis laba. Dalam metode ini bapak Tumijan menetapkan harga jual tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Hal ini sudah sesuai dengan metode penetapan harga berbasis laba.

Bapak Tumijan selaku produsen Akar Jati Mandiri menetapkan harga juga menggunakan dasar-dasar sebagai berikut yang pertama dengan dasar keinginan produsen, kedua menyesuaikan dengan kondisi ekonomi keluarga, ketiga mempertimbangkan kualitas produk, keempat mempertimbangkan proses saluran distribusi, kelima mempertimbangkan tingkat keunikan dan tingkat kerumitan pembuatan produk. Hal ini dilakukan karena pada dasarnya kerajinan tidak ada standar harganya.

²⁰ Wati, *Wawancara*, 12 April 2022

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Analisis Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Penetapan Harga Pada Usaha Akar Jati Mandiri di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun

Etika bisnis Islam adalah sekumpulan perilaku etis bisnis yang didasarkan dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram, jadi perilaku etis ialah perilaku yang taat atas perintah Allah dan menjauhi larangannya.¹ Dalam Islam penetapan harga dapat dilakukan jika terjadi alam dua keadaan yaitu (a) faktor yang menyebabkan perubahan harga atau distorsi terhadap *genuine factors*, (b) terdapat urgensi masyarakat terhadap penetapan harga.²

Penetapan harga dalam etika bisnis Islam yaitu suatu penetapan harga yang dalam menetapkan suatu barangnya, tidak hanya bertujuan mencari keuntungan semata, akan tetapi juga berperilaku etis (*akhlaq al Islamiyah*), yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram sebagai salah satu bentuk ibadah kita kepada Allah SWT. Penetapan harga yang adil harga tidak boleh dilakukan secara sepihak baik dari sisi penjual maupun dari sisi pembeli.

¹ Rahmat Hidayat & Muhammad Rifa'i, *Etika Manajemen Perspektif Islam* (Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPI), 2018), 185.

² Veithzal Rivai Zainal, Dkk, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 442.

Penetapan harga adil dihubungkan dengan perbuatan yang adil tampak terdapat kemiripan. Suatu perbuatan dapat disebut sebagai yang adil, bila perbuatan itu dihubungkan terhadap maksud yang dituju oleh perbuatannya itu.³

Hasil wawancara bersama produsen bahwa penetapan harga yang dilakukan berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, tanpa memperhatikan tingkat kualitas produk yang dijual. Pada dasarnya harga yang ditetapkan sesuai dengan keinginan produsen, apabila dari harga yang ditetapkan sudah menghasilkan keuntungan produsen tidak akan memperhatikan lagi kualitas barangnya. Hal ini ipertegas oleh karyawannya Ananda, bahwa Bapak Tumijan ini dalam menetapkan harga berdasarkan keinginan beliau, apabila beliau sudah mendapatkan keuntungan beliau tidak akan memperhatikan kualitas produk yang diterima konsumen, ataupun Bapak Tumijan pun tidak melakukan konfirmasi dengan konsumen atas harga yang ditetapkan, alhasil perubahan harga dilakukan secara sepihak dan merugikan konsumen. Selain Bapak Tumijan dan Ananda menjelaskan penetapan harga yang dilakukan Akar Jati Mandiri, Bapak Dwi selaku konsumen menjelaskan pernyataan bahwa beliau merasa dirugikan atas harga yang ditetapkan oleh Bapak Tumijan, peningkatan harga tanpa adanya konfirmasi serta kualitas produk yang tidak sesuai dengan harga, konsumen sangat merasakan kecewa rugi atas harga yang ditetapkan produsen. Hal ini bisa dikatakan dengan harga yang tidak adil.

³ R.Lukman Fauroni, *Etika Bisnis Islam* (Bantul: Pustaka Pesantern, 2006), 209-210.

Menurut teori penetapan harga Islami oleh Veithzal dan data di atas bahwa produsen Akar Jati Mandiri belum sepenuhnya menerapkan penetapan harga secara baik. Penetapan harga secara Islami pada dasarnya tidak ada unsur harga yang tidak adil, karena harga yang tidak adil akan merugikan serta menindas orang lain, hal itu tidak diperbolehkan. Selain itu dalam penetapan harga khususnya adanya perubahan harga seperti kenaikan harga, pada dasarnya harus ada kesepakatan antara pembeli dan penjual, tidak boleh menaikkan harga secara sepihak, hal tersebut akan menimbulkan kerugian juga terhadap salah satu pihak baik pembeli ataupun penjual.

Dari paparan data di atas sudah jelas bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh Bapak Tumijan hanya berfokus pada keuntungan dan tidak melakukan kesepakatan kenaikan harga dengan konsumen, kenaikan harga dilakukan secara sepihak oleh produsen. Selain itu berapapun harga yang ditetapkan, produsen tidak memperhatikan kualitas barang yang akan dijual, hal ini akan menimbulkan harga yang tidak adil. Dimana konsumen akan dirugikan atas kualitas yang diterima dengan harga yang ditetapkan produsen.

B. Analisis Standar Penetapan Harga Pada Usaha Akar Jati Mandiri di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun

Salah satu komponen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan uang melalui penjualan adalah harga. Nilai barang serta jasa yang dinyatakan dalam istilah moneter dikenal sebagai harga. Jika komoditas dan jasa ini berharga dan

berguna, mereka memiliki harga. Semakin berguna dan jarang suatu objek, semakin mahal harganya.⁴ Dengan kata lain, penetapan harga artinya nilai tukar yang bisa disamakan menggunakan uang atau barang lain guna laba yang didapatkan dari suatu barang serta jasa bagi seseorang atau grup pada waktu dan lokasi tertentu. Harga juga penting karena hendak menjadi dasar bagi konsumen saat membeli barang dan akan memutuskan berapa banyak keuntungan yang diperoleh dalam perdagangan..⁵ Analisis data yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan penerapan metode penetapan harga yang dilakukan produsen Akar Jati Mandiri adalah sebagai berikut:

1. Metode penetapan harga berbasis permintaan

Metode penetapan harga berbasis permintaan adalah suatu metode yang menekankan pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor lain seperti biaya, laba dan persaingan. Namun adapun beberapa hal yang menjadi pertimbangan penggunaan metode ini adalah daya beli, posisi produk dalam gaya hidup pelanggan, jenis dan segmen pasar, posisi produk di pasar, manfaat atau benefit produk, serta tingkat potensial pasar.⁶

Hasil wawancara dengan Bapak Tumijan bahwa dalam menetapkan harga dalam menetapkan harga produk Akar Jati Mandiri didasarkan karena

⁴ Sigit Sardjono, *Ekonomi Mikro Teori Dan Aplikasi* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017), 63.

⁵ Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam* (Depok: Guepedia Publisher, 2018), 26-27.

⁶ Veithzal Rivai Zainal, Dkk, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017),

tingkat kerumitan proses pembuatan produk serta keunikan produk. Selain itu faktor kondisi ekonomi keluarga juga mempengaruhi penetapan harga jual produk. Hal ini dipertegas kembali oleh Ananda, bahwa permintaan masyarakat bukan salah satu alasan Bapak Tumijan untuk menetapkan harga produk, dikarenakan tidak setiap hari bahannya ada. Walaupun permintaan tinggi Bapak Tumijan pun akan menetapkan harga didasarkan dengan keinginan dan juga kondisi ekonomi keluarga.

Menurut teori metode penetapan harga berbasis permintaan oleh Veithzal bahwa produsen Akar Jati Mandiri belum sepenuhnya menerapkan metode penetapan harga berbasis permintaan. Penetapan harga yang dilakukan berdasarkan keinginan serta kondisi ekonomi keluarga tanpa memperhatikan permintaan masyarakat. Dalam penetapan harga berbasis permintaan pada dasarnya faktor permintaan sangat penting untuk dipertimbangkan, guna menyeimbangkan jumlah permintaan konsumen dengan stok produk yang dijual. Dengan metode ini, produsen akan melakukan pengenalan produk dengan harga yang lebih murah untuk menjaring konsumen lebih banyak lagi.

2. Metode penetapan harga berbasis biaya

Metode penetapan harga berbasis biaya adalah suatu metode yang menekankan pada faktor penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan.

Harga didasarkan pada biaya produksi dan pemasaran ditambah dengan jumlah tertentu agar dapat menutupi biaya langsung, overhead, dan laba.⁷

Hasil wawancara bersama produsen Akar Jati Mandiri bahwa untuk penetapan harga beliau memiliki strategi yaitu memperhatikan keserasian bahan, keunikan dan kerapian dalam pembuatan menjadi strategi beliau untuk membuat produk menjadi elastis terhadap permintaan. Namun pada dasarnya penetapan harga yang dilakukan produsen Akar Jati Mandiri disesuaikan dengan keinginan beliau. Hal ini juga dipertegas oleh Ananda selaku karyawan sekaligus anaknya, bahwa Bapak Tumijan ini tidak terlalu memperhatikan biaya yang dikeluarkan. Jadi untuk penetapan harga disesuaikan dengan keinginan sendiri dan juga kondisi ekonomi keluarga.

Menurut teori penetapan harga berbasis biaya oleh Veitzhal dan data diatas bahwa produsen Akar Jati Mandiri belum sepenuhnya menerapkan metode penetapan berbasis biaya, karena pada dasarnya metode ini selalu mengaitkan seluruh biaya produksi, dengan tujuan agar mendapatkan keuntungan yang maksimal. Namun data dilapangan menyatakan bahwa penetapan harga di Akar Jati Mandiri didasarkan pada keinginan produsen serta kondisi ekonomi keluarga, hal tersebut tidak sesuai dengan teori penetapan harga berbasis biaya. Dalam menetapkan harga harus mengaitkan semua biaya produksi agar tidak mengalami kerugian dan juga tidak

⁷ Ibid., 447.

memberatkan konsumen. Apabila harga jual dipertimbangkan dengan maksimal, harga produk pun akan sesuai dengan permintaan konsumen. Namun apabila didasarkan dengan keinginan, tidak menutup kemungkinan harga yang ditetapkan akan memberatkan konsumen dan akan berpengaruh terhadap penjualan produk.

3. Metode penetapan harga berbasis laba

Penetapan harga berbasis laba adalah suatu metode yang berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya penetapan harga. Upaya tersebut dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk presentase terhadap penjualan atau investasi.⁸

Hasil wawancara dengan produsen Akar Jati Mandiri menyatakan bahwa dengan menetapkan harga jual tinggi agar, modal yang dikeluarkan bisa kembali dan usaha tidak mengalami kerugian, karena pada dasarnya kerajinan tidak ada standar harganya. Jadi Bapak Tumijan menetapkan harga jual tinggi untuk bisa meraih target sasaran serta mendapatkan keuntungan yang besar.

Menurut teori penetapan harga berbasis laba oleh Vaitzhel bahwa penetapan harga yang dilakukan produsen sudah sesuai dengan teori penetapan harga berbasis laba. Penetapan harga yang dilakukan Bapak Tumijan yaitu dengan cara menjual produk dengan harga tinggi untuk mendapatkan keuntungan besar. Walaupun Bapak Tumijan tidak terlalu memperhitungkan

⁸ Ibid., 447.

biaya-biaya yang dikeluarkan, namun beliau memiliki strategi untuk mendapatkan keuntungan yang besar.

4. Metode penetapan harga berbasis pesaing

Metode berbasis persaingan adalah suatu metode yang mempertimbangkan perilaku pesaing dalam penetapan harga. Penetapan harga berbasis pesaing biasanya digunakan untuk menguji harga produk, terutama jika perusahaan baru mengenal pasar.⁹

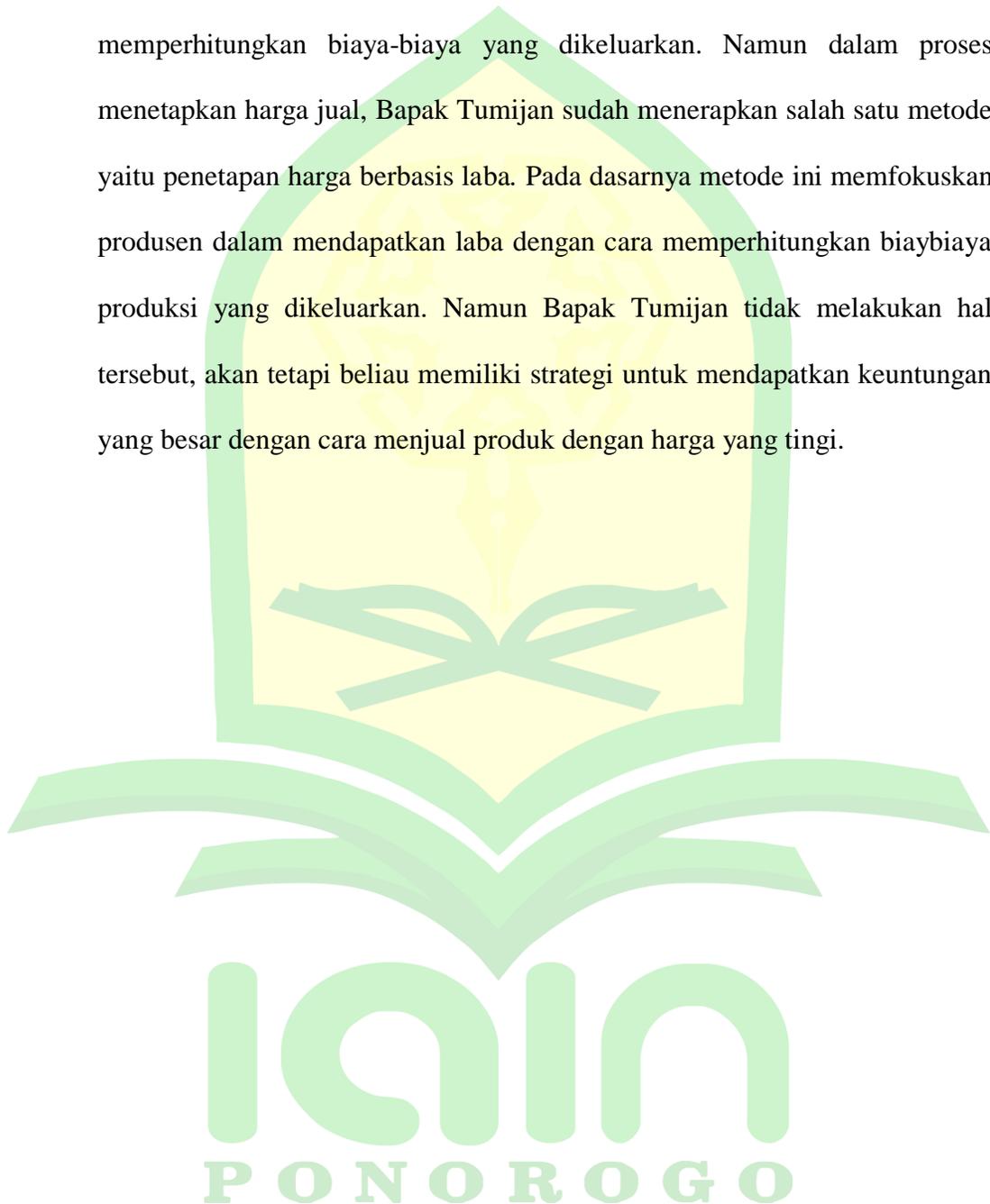
Hasil wawancara dengan Bapak Tumijan serta Ananda menyatakan bahwa pesaing bukan salah satu faktor yang berpengaruh dalam proses penetapan harga, namun penetapan harga yang dilakukan Bapak Tumijan berlandaskan kondisi ekonomi keluarga.

Menurut teori penetapan harga berbasis pesaing oleh Veitzhall bahwa produsen Akar Jati Mandiri belum menerapkan metode ini, dikarenakan penetapan harga yang dilakukan Bapak Tumijan tidak memperhatikan pesaing. Pada dasarnya penetapan harga berbasis pesaing selalu memperhatikan perilaku pesaing baik dari harga yang dikeluarkan atau produk yang dibuat. Hal ini dilakukan agar posisi produsen tidak kalah saing dengan produsen yang lain, dan bisa menguasai pasar.

Secara garis besar bisa disimpulkan bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh Bapak Tumijan didasarkan pada keadaan ekonomi keluarga.

⁹ Ibid., 448.

Biaya-biaya yang dikeluarkan untuk operasional tidak terlalu diperhitungkan, selama bapak Tumijan masih mendapatkan keuntungan beliau tidak memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan. Namun dalam proses menetapkan harga jual, Bapak Tumijan sudah menerapkan salah satu metode yaitu penetapan harga berbasis laba. Pada dasarnya metode ini memfokuskan produsen dalam mendapatkan laba dengan cara memperhitungkan biaya-biaya produksi yang dikeluarkan. Namun Bapak Tumijan tidak melakukan hal tersebut, akan tetapi beliau memiliki strategi untuk mendapatkan keuntungan yang besar dengan cara menjual produk dengan harga yang tinggi.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap penetapan harga produk kerajinan Akar Jati Mandiri yang ada di Desa Njambangan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun belum sesuai dengan etika bisnis Islam. Hal ini dinyatakan bahwa harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen. Hal ini disebut dengan harga yang tidak adil dan harga yang tidak adil tidak diperbolehkan dalam transaksi jual beli menurut etika bisnis Islam. Selain itu penetapan harga dilakukan secara sepihak oleh produsen, hal ini juga akan merugikan khususnya pihak konsumen.
2. Penetapan harga yang diterapkan pada usaha Akar Jati Mandiri yang berada di Desa Njambangan, Kecamatan Saradan, Kabupaten Madiun yaitu metode penetapan harga berbasis laba. Podusen telah menetapkan harga yang berfokuskan dalam mendapatkan laba yang besar dengan strategi menjual produk dengan harga yang tinggi. Namun secara keseluruhan penetapan harga yang dilakukan produsen didasarkan pada tingkat kerumitan pembuatan, keunikan produk serta kondisi ekonomi keluarga.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran:

1. Dalam menetapkan harga jual seharusnya selalu memperhatikan etika-etika dalam berbisnis seperti penetapan harga yang adil, serta menetapkan harga dilakukan bersama antara produsen dengan konsumen, tidak boleh secara sepihak agar tidak merugikan orang lain dan tidak merusak reputasi usaha. Apabila dalam berbisnis selalu mengedepankan etika dalam berbisnis, maka produsen ataupun konsumen akan sama-sama mendapatkan keuntungan.
2. Dalam proses penetapan harga jual lebih baiknya selalu memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Hal ini akan memberikan peningkatan penjualan setiap bulannya. Dengan memperhitungkan biaya yang dikeluarkan, produsen bisa melihat tingkatan perolehan laba yang diperoleh setiap hasil penjualannya. Baik yang didapat menurun atau naik, karena hal ini bisa dijadikan acuan dalam perbaikan proses produksi ataupun proses penjualan. Selain itu produsen juga mempertimbangkan beberapa hal seperti permintaan dan juga pesaing. Kedua hal tersebut sangat penting untuk diperhatikan karena akan menunjang penjualan serta dapat mengantisipasi terjadinya persaingan ketat dalam bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku

- Alma, Buchari. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta. 2003.
- Amir, Amri. *Ekonomi Dan Keuangan Islam*. Jambi: Wida Publishing. 2021.
- Aprianto, Iwan Dkk. *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama. 2020.
- Asnawi, Nur. *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi, Dan Isu-Isu Kontemporer*. Depok: PT Rajagrafindo. 2017.
- Aziz, Roikhan Mochamad. *Ekonomi Islam Metode Haslm*. Solok Sumbar: Balai Insan Cendekia Mandiri. 2020.
- Hamidah, Ovi, Dkk. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Harahap, Sofyan S. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat. 2011.
- Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020.
- Hidayat, Rahmat & Muhammad Rifa'i. *Etika Manajemen Perspektif Islam*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPI). 2018.
- Huda, Nurul. *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi*. Depok: Kencana, 2017.
- Mardia, Dkk. *Strategi Pemasaran*. Surabaya: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Masykuroh, Ely. *Teori Ekonomi Mikro Islami*. Ponorogo: CV Nata Karya, 2018.
- Muh. Izza, *Ekonomi Mikro Pendekatan Ideologis Islam*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021.
- R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis Islam*. Bantul: Pustaka Pesantern. 2006
- Radjab, Enny. *Metode Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makasaar, 2017.

- Rizal, Achmad. *Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Sleman: CV Budi Utama. 2020.
- Sa'adah, Lailatus & Abdullah Fajarul Munir. *Kualitas Layanan, Harga, Dan Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Saban & Maryadi. *Business Ethics And Entrepreneurship*. Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2019.
- Sardjono, Sigit. *Ekonomi Mikro Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2017.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011.
- Siyoto, Sandu Dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Publishing, 2015.
- Sugiarta, Dkk. *Desain Penelitian Kualitatif Sastra*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020.
- Supriadi. *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Depok: Guepedia Publisher, 2018.
- Suripto, Dkk. *Akuntansi Manajemen*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021.
- Susminingsih. *Etika Bisnis Islam*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management. 2020.
- Thian, Alexander. *Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Andi Anggota IKAPI.
- Wijaya, Umrati Hengki. *Analisis Data Kualitatif*. Makassar: Suzana Claudia Setiana, 2020.
- Zainal, Veithzal Zainal dkk. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara. 2017.
- Zamzam, Fakhry & Havis Aravik. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: CV Budi Utama. 2020.

Daftar Sumber Skripsi

- Afifah, Laelatul. *“Analisis Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Pelyanan Dan Penetapan Harga Di Vilshop Madiun”*. Skripsi. (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021).
- Irmawati. *“Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Pembelian Harga Reseller Dan Harga Pelanggan Biasa Di Toko Al Fazza Sinjai”*. Skripsi (Sinjai: IAI Muhammad Sinjai, 2021).
- Islamiyah, Via Varidhotul. *“Strategi Penetapan Harga Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”*. Skripsi. (Lampung Timur: IAIN Metro, 2017).
- Khairiyah, Salehatul Khairiyah. *“Penetapan Harga Buah Berdasarkan Klasifikasi Konsumen Menurut Etika Bisnsi Islam”*. Skripsi (Palangkaraya: IAIN Palangkaraya, 2017).
- Salwah. *“Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Jeruk Di Padanglampe Kabupaten Pangkep)”*. Skripsi (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2019).
- Taqwatri'esyah, Kalpika. *“Tinjaun Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Kakao Di Desa Bodag Kecamatan Kare Kabupaten Madiun”*. Skripsi (Ponorgo: IAIN Ponorogo, 2021).

Daftar Sumber Jurnal

- Faudi. *“Mekanisme Penetapan Harga Jual Beli Pertanian Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kabupaten Aceh Utara”*. Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi, Volume 5, Nomor 2, (2021), 99.
- Firdaus, Muhammad. *“Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam”*. Jurnal Hukum & Ekonomi Syariah, Volume IV, Nomor 01, (2019), 99.
- Giska. *“Penerapan Etika Bisnis Islam Di Rumah Makan Kaledo Strereo Palu”*. Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam, Volume 1, Nomor 1, (2019), 109.
- Muyassarrah. *“Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Dalam Menjamin Kestabilan Harga Dan Daya Beli Masyarakat Di Masa New Normal”*. Volume 17, Nomor 2, (2021), 335.

- Nilava, Ihna. “*Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri*”. *Jurnal At-Tamwil*, Volume 2, Nomor 2, (2022), 139.
- Sumarmi, Mutia. “*Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pembulatan Harga Pada Jual Beli Karet*”. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Volume 5, Nomor 2, (2020), 157.
- Susiyana, “*Fenomena Persaingan Harga Perspektif Etika Bisnis Islam: Sektor Industri Usaha Batako Di Kabupaten Buton Tengah*”. *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 1, Nomor 2, (2021), 52.
- Szahro, Yakies. “*Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Penetapan Harga Jual Produk Pada UMKM Keripik Pedas Morang-Morang Di Sidoarjo*”. *Jurnal Of Sustainability Business Research*, Volume 02, Nomor 02, (2021), 424.
- Yunia, Noorma. “*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menjalankan Usaha Kecil*”. *Jurnal Aksioma Al-Musaqoh*, Volumen 1, Nomor 1, (2018), 77

