

**MEKANISME PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK MASKER
PADA BISNIS ONLINE PONOROGO_OLSHOPMURAH**

SKRIPSI



Oleh:

AULIA NUR AZIZAH

NIM. 401180015

Pembimbing:

RIDHO ROKAMAH, S.Ag., MSI

NIP. 97412111999032002

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2022

**MEKANISME PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK MASKER
PADA BISNIS ONLINE PONOROGO_OLSHOPMURAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana
program strata satu (S-1)



Oleh:

AULIA NUR AZIZAH

NIM. 401180015

Pembimbing:

RIDHO ROKAMAH, S.Ag., MSI

NIP. 97412111999032002

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2022

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Aulia Nur Azizah
Tempat/Tanggal Lahir : Ponorogo, 22 Maret 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
NIM : 401180015
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa data yang saya tulis pada surat pernyataan ini dan yang saya isikan di laman e-wisuda benar-benar telah sesuai dengan Akta Kelahiran dan ijazah terakhir (MA/SMA/SMK/Paket C) serta setuju digunakan sebagai acuan penulisan ijazah S1/S2 oleh pihak IAIN Ponorogo.

Apabila dikemudian hari terdapat kesalahan dari data tersebut, saya siap bertanggungjawab sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan dapat dipertanggungjawabkan.

Ponorogo, 21 – 11 - 2022

Yang membuat pernyataan


Aulia Nur Azizah



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

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Aulia Nur Azizah
NIM : 401180015
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Mekanisme Penentuan Harga Masker (Analisis Penentuan
Harga Pada Bisnis Online @Ponorogo_Olshopmurah)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian Munaqasah.

Ponorogo,,, 2022

Mengetahui,
Kajur/Kaprodi



Dhuur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,
Pembimbing

Ridho Rokamah, S.Ag., MSI
NIP. 97412111999032002



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 : Mekanisme Penentuan Harga Jual Masker Pada Bisnis Online
Ponorogo_Olshopmurah
Nama : Aulia Nur Azizah
NIM : 401180015
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 :
Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.SI.
NIP. 197202111999032003
Penguji I :
Dr. Aji Damanuri, M.E.I
NIP. 197506022002121003
Penguji II :
Ridho Rokamah, S.Ag., MSI
NIP. 97412111999032002

(*Ely Masykuroh*)
:
(*Aji Damanuri*)
:
(*Ridho Rokamah*)

Ponorogo, 04 November 2020
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. H. Miftah Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 1970207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Nur Azizah

NIM : 401180015

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi/Tesis : Mekanisme Penentuan Harga Jual Produk Masker Pada Bisnis Online Ponorogo_Olshop Murah

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis 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 semestinya.

Ponorogo, 21 November 2022



(AULIA NUR AZIZAH)

TRANSLITERASI

Transliterasi digunakan ketika peneliti melakukan perubahan teks dari satu tulisan ke tulisan yang lain atau dapat disebut alih huruf atau alih aksara, misalnya dari huruf arab ke huruf latin dan sebagainya. Berikut adalah pedoman baku untuk transliterasi dari huruf Arab ke huruf Latin:

1. Pedoman transliterasi yang digunakan adalah:

| Arab | Ind. | Arab | Ind. | Arab | Ind. | Arab | Ind. |
|------|------|------|------|------|------|------|------|
| ء | ^ | د | D | ض | d} | ك | K |
| ب | B | ذ | Dh | ط | t} | ل | L |
| ت | T | ر | R | ظ | z} | م | M |
| ث | th | ز | Z | ع | ' | ن | N |
| ج | J | س | S | غ | Gh | ه | H |
| ح | h} | ش | Sh | ف | F | و | W |
| خ | kh | ص | s} | ق | Q | ي | Y |

2. Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang caranya dengan menuliskan coretan horisontal di atas huruf a>, i> dan u>.
3. Bunyi hidup dobel (diftong) Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf "ay" dan "aw".

Contoh: *Bayna, 'layhim, qawl, mawd}u>'ah*

4. Kata yang ditransliterasikan dan kata-kata dalam bahasa asing yang belum terserap menjadi bahasa baku Indonesia harus dicetak miring.
5. Bunyi huruf hidup akhir sebuah kata tidak dinyatakan dalam transliterasi. Transliterasi hanya berlaku pada huruf konsonan akhir.

Contoh:

Ibn Taymi>yah bukan Ibnu Taymi>yah. *Inna al-di>n 'inda Alla>h al-Isla>m* bukan *Inna al-di>na 'inda Alla>h al-Isla>mu. ... Fahuwa wa>jib* bukan *fahuwa wa>jibu* dan bukan pula *fahuwa wa>jibun*.

6. Kata yang berakhir dengan *ta>' marbu>t}ah* dan berkedudukan sebagai sifat (*na'at*) dan *id}a>fah* ditransliterasikan dengan “ah”. Sedangkan *mud}a>f* ditransliterasikan dengan “at”.

Contoh:

1. Na'at dan *mud}a>filayh* : *Sunnah sayyi'ah, al-Maktabah al-Mis}riyah.*

2. *Mud}a>f* : *Mat}ba'at al-'A>mmah.*

7. Kata yang berakhir dengan *ya>' mushaddadah* (*ya'* ber-*tashdid*) ditransliterasikan dengan *i>*. Jika *i>* diikuti dengan *ta>' marbu>t}ah* maka transliterasinya adalah *i>yah*. Jika *ya>'* ber-*tashdid* berada di tengah kata ditransliterasikan dengan *yy*.

Contoh:

1. Al-Ghaza>li>, al-Nawawi>
2. Ibn Taymi>yah, Al-Jawzi>yah
3. Sayyid, mu'ayyid, muqayyid

ABSTRAK

Aulia Nur Azizah. Mekanisme Penentuan Harga Jual Produk Pada Bisnis Online Ponorogo_Olshopmurah. *Skripsi*. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Ridho Rokamah, S.Ag., MSI.

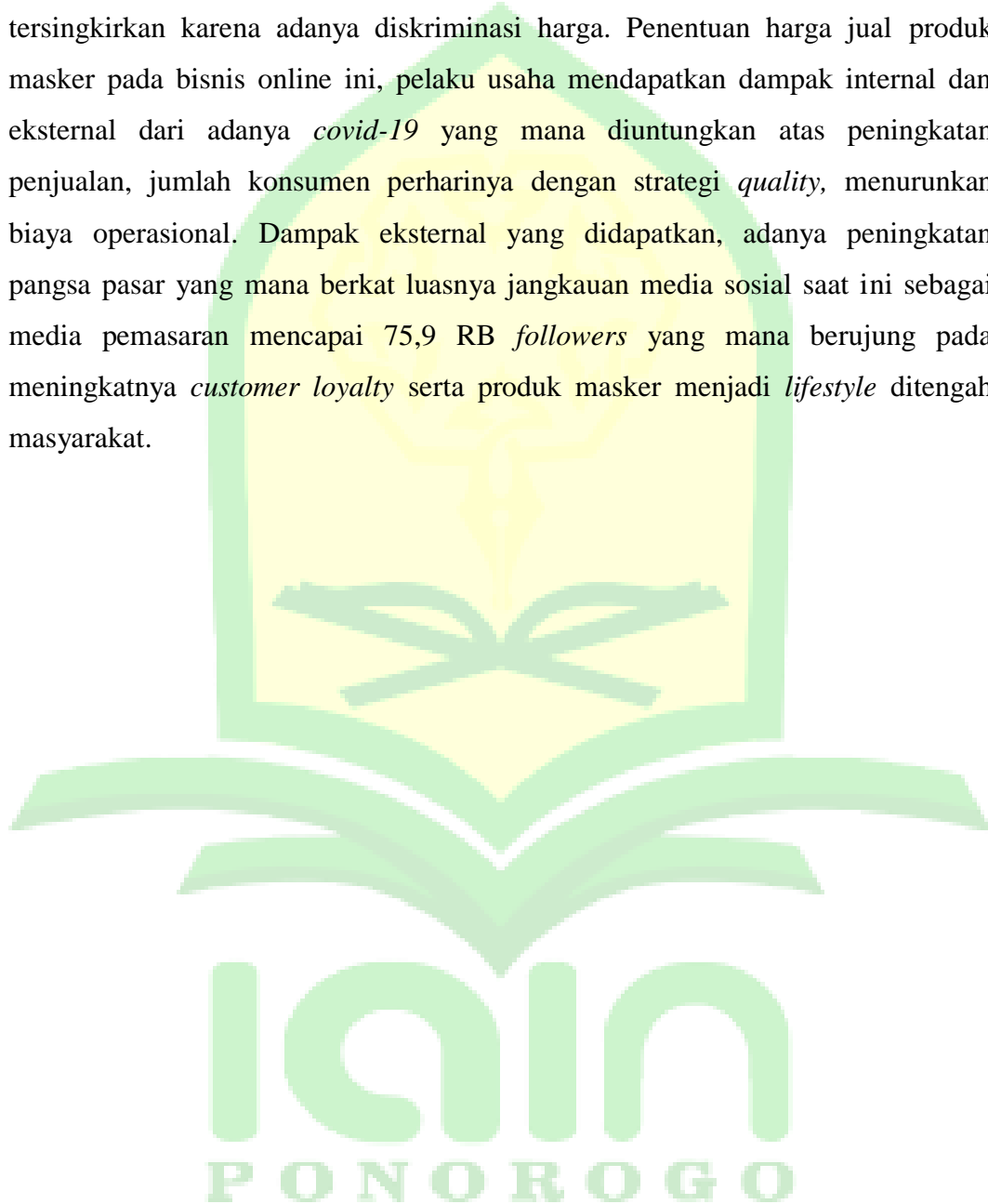
Kata Kunci: Penentuan harga, *low price*, peningkatan keuntungan

Pentingnya bagi para pelaku usaha dalam menentukan harga karena harga dapat menentukan nilai pendapatan yang akan diterima. Pada prinsipnya harga ditentukan dengan seimbang, dalam artian tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah. Melihat bahwa harga yang dicantumkan dapat menjadikan salah satu sebab laku atau tidaknya barang yang ditawarkan. Apabila dalam penentuan harga salah akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Penentuan harga suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang dihasilkan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan proses pengamatan secara langsung guna menggali informasi secara mendalam serta wawancara dilakukan secara langsung dilapangan terkait subjek penelitian kepada lima responden yaitu *owner*, karyawan dan konsumen dari @Ponorogo_Olshopmurah. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan metode reduksi data, penyajian data, kemudian menarik kesimpulan atau verifikasi, dan metode yang terakhir melakukan pengecekan terkait keabsahan data.

Penentuan harga jual masker yang diterapkan di bisnis online Ponorogo_Olshopmurah dengan menggunakan metode penetapan harga berbasis biaya dan permintaan. Penentuan harga jual produk sudah sesuai dengan nilai-nilai dalam ekonomi islam dengan enam indikator yang menyatakan kesesuaian

harga *low price* dengan produk yang dijual di toko ini. Penentuan harga jual produk masker yang dilakukan tidak mengandung unsur kedzaliman dimana antara kedua belah pihak tidak dirugikan dan tidak melakukan jual rugi demi menguasai pasar, serta tidak ada pihak (pedagang sekitar) yang merasa tersingkirkan karena adanya diskriminasi harga. Penentuan harga jual produk masker pada bisnis online ini, pelaku usaha mendapatkan dampak internal dan eksternal dari adanya *covid-19* yang mana diuntungkan atas peningkatan penjualan, jumlah konsumen perharinya dengan strategi *quality*, menurunkan biaya operasional. Dampak eksternal yang didapatkan, adanya peningkatan pangsa pasar yang mana berkat luasnya jangkauan media sosial saat ini sebagai media pemasaran mencapai 75,9 RB *followers* yang mana berujung pada meningkatnya *customer loyalty* serta produk masker menjadi *lifestyle* ditengah masyarakat.



MOTTO

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ

“Tidak ada dosa bagimu mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari

Rabb-mu.”¹

(QS. Al-Baqarah [2] : 198)



¹ al-Qur'an, 2:198

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji bagi Allah SWT yang mana telah memberikan kerendahan hati dan rasa syukur yang mana telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap langkah perjuangan sampai detik ini, saya mempersembahkan karya ini kepada:

1. Kepada orang tua tercinta saya Bapak Dandun Sudiraharjo & Ibu Fibriana Susantiwi yang telah berjasa tanpa batas waktu dalam melahirkan, membesarkan, dan mendidik saya sampai difase ini dengan harapan menjadi manusia yang berguna bagi dunia dan akhirat. Semoga Bapak dan Ibu selalu diberikan panjang umur hal-hal baik *Allah Azza wa Jalla*.
2. Kepada saudara sekandung dan sepupu saya Mufida Agustin S. Pd , Aisyah Rahma Salsabila, R. Danang Agus Yuniarto, M. Or, terima kasih sudah banyak mendukung perjuangan saya dengan memberi saran, solusi, motivasi, dan pengalaman hidup untuk saya. Semoga darap langkah perjuangan kalian mendapat Ridho dari Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*.
3. Kepada seluruh keluarga Ekonomi Syariah A dan patner tersayang Nugroho Wisnu Gumantir, Ayu Amalia Saputri, Arohma Putri Kaharidhoni, dll. Terima kasih telah menjadi sosok pendukung dalam perjuangan saya sampai titik ini yang mana men-*supportsystem* segala hal yang saya butuhkan baik lahir dan batin saya. Terima kasih atas kehadiran dan ketulusan menemani saya sampai fase ini, semoga Allah SWT selalu

menyertai perjalanan dunia akhirat kalian dengan kelancaran, kemudahan, dan keberkahan. Love you so much!!!

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah segala puji bagi Allah *Subhanahu Wa Ta'ala.* yang telah melimpahkan Rahmat dan Ridho-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul Mekanisme Penentuan Harga Produk Masker (Analisis Penentuan Harga Pada Bisnis Online @Ponorogo_Olshopmurah). Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan orang lain dalam hidupnya. Demikian juga penulis yang selama penulisan skripsi ini banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Maka, penulis hendak mengucapkan terima kasih terhadap seluruh pihak yang telah membantu baik secara moril maupun materil sehingga penulisan skripsi ini selesai. Terkhusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Hj. S. Maryam Yusuf, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
2. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo yang telah memberikan kepercayaan kepada saya untuk mengemban amanah sebagai musyrif dan membantu melancarkan proses pendidikan penulis selama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam hingga menyelesaikan skripsi ini.

3. Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah yang memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ridho Rokamah, S.Ag., MSI, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dengan caranya yang khas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu dosen serta segenap civitas akademika IAIN Ponorogo yang telah memberikan pendidikan dan pengajaran kepada penulis, selama menuntut ilmu di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
6. *Owner* toko online @Ponorogo_Olshopmurah di Ponorogo yang bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam pengumpulan data penelitian. Dan seluruh pihak khususnya kawan-kawan saya yang membantu dari awal hingga akhir dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada beliau semua atas bantuan dan jasanya yang diberikan kepada penulis. Penulis berharap, dengan adanya penulisan skripsi ini dapat mencapai tujuan dari skripsi ini sendiri. Tiada yang sempurna di alam semesta ini selain Allah, Maharaja Yang Maha Sempurna. Kesempurnaan hanya milik-Nya semata. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan, kekurangan, dan kekhilafan. Maka, perlu adanya kritik dan saran yang membangun demi perkembangan ilmu pengetahuan di masa mendatang. Akhirnya, dengan mengucap Alhamdulillah, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya. Aamiin.

Ponorogo, 21 November 2022

DAFTAR ISI

COVER

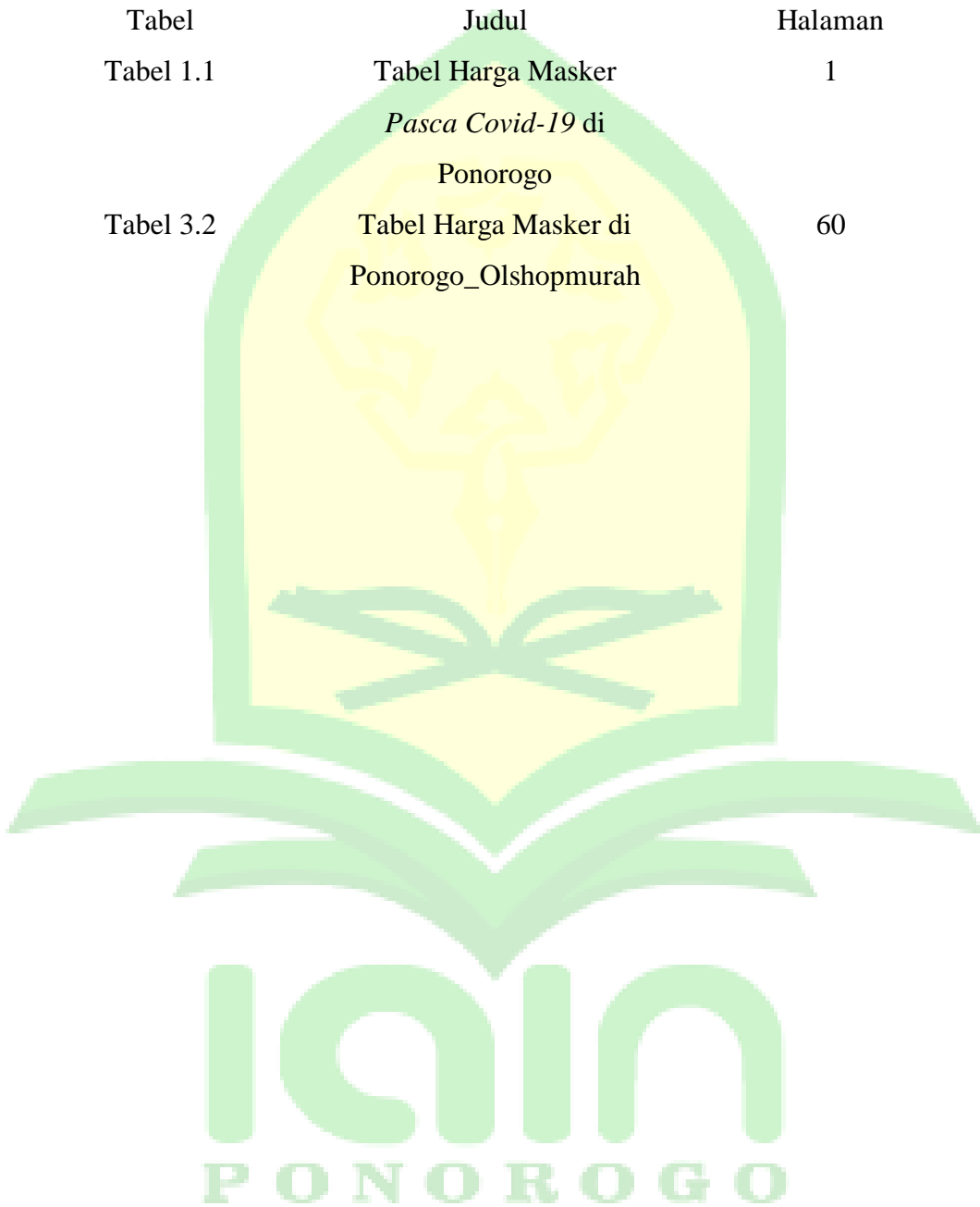
| | |
|--|--------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN..... | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI..... | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | v |
| TRANSLITERASI..... | vi |
| ABSTRAK | viii |
| MOTTO | x |
| PERSEMBAHAN | xi |
| KATA PENGANTAR..... | xii |
| DAFTAR ISI..... | xiv |
| DAFTAR TABEL | xviii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xix |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xx |
| BAB I. PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Manfaat Penelitian | 7 |

| | |
|---|----|
| E. Studi Penelitian Terdahulu..... | 8 |
| F. Metode Penelitian | 25 |
| 1. Jenis Penelitian..... | 25 |
| 2. Kehadiran Peneliti..... | 26 |
| 3. Lokasi Penelitian..... | 26 |
| 4. Data dan Sumber Data | 27 |
| 5. Teknik Pengumpulan Data..... | 28 |
| 6. Teknik Pengolahan Data | 30 |
| 7. Teknik Analisis Data..... | 31 |
| 8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data | 32 |
| G. Sistematika Pembahasan | 33 |
| BAB II. PENETAPAN HARGA | |
| A. Pengertian Penetapan Harga | 35 |
| B. Indikator Harga | 37 |
| C. Tujuan Penetapan Harga | 39 |
| D. Peran Penetapan Harga | 40 |
| E. Analisa Situasi Penetapan Harga | 42 |
| F. Metode Penetapan Harga | 43 |
| G. Penetapan Harga Dalam Islam | 46 |
| BAB III. PAPARAN DATA | |
| A. Deskripsi Objek Penelitian | |
| 1. Profil Usaha..... | 55 |

| | |
|--|-----------|
| 2. Struktur Organisasi..... | 56 |
| 3. Job Deskripsi..... | 57 |
| 4. Lokasi Penelitian..... | 58 |
| B. Hasil Penelitian | |
| 1. Mekanisme Penentuan Harga Jual Masker Ponorogo_Olshopmurah | 60 |
| 2. Dampak Internal dan Eksternal dalam Penentuan Harga Jual Masker Ponorogo_Olshopmurah | 70 |
| BAB IV ANALISIS MEKANISME PENENTUAN HARGA MASKER | |
| A. Analisis Mekanisme Penentuan Harga Jual Masker Ponorogo_Olshopmurah | 74 |
| B. Analisis Dampak Internal dan Eksternal dalam Penentuan Harga Jual Masker Ponorogo_Olshopmurah..... | 82 |
| BAB V. PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | |
| 1. Mekanisme Penentuan Harga Jual Masker Ponorogo_Olshopmurah | 85 |
| 2. Dampak Internal dan Eksternal Penentuan Harga Jual Masker Ponorogo_Olshopmurah | 85 |
| B. Saran..... | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA | 88 |
| LAMPIRAN..... | 91 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Judul | Halaman |
|-----------|--|---------|
| Tabel 1.1 | Tabel Harga Masker <i>Pasca Covid-19</i> di Ponorogo | 1 |
| Tabel 3.2 | Tabel Harga Masker di Ponorogo_Olshopmurah | 60 |



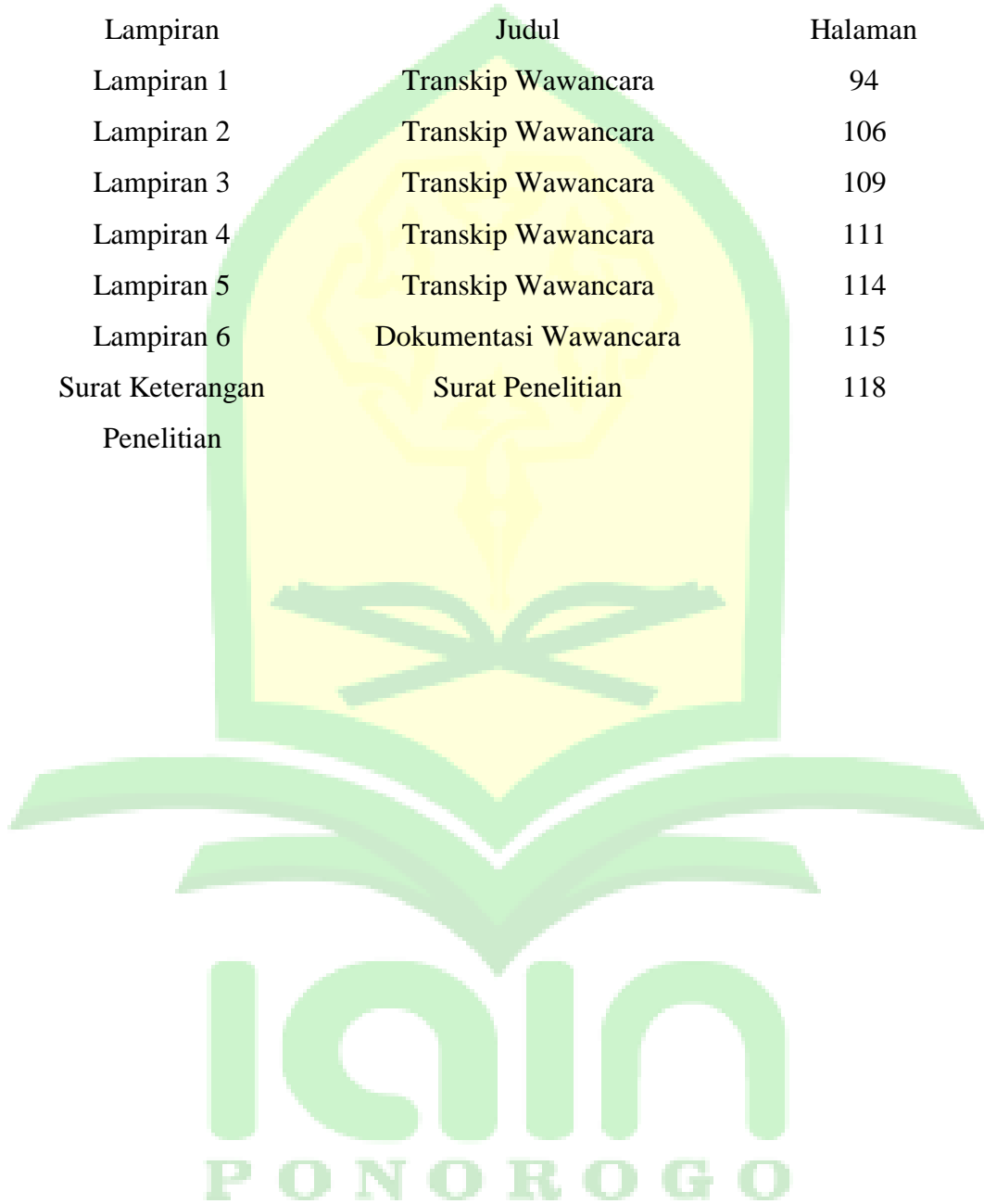
TABEL GAMBAR

| Gambar | Judul | Halaman |
|--------|---------------------|---------|
| 3.1 | Struktur Organisasi | 56 |



DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Judul | Halaman |
|--------------------------------|-----------------------|---------|
| Lampiran 1 | Transkrip Wawancara | 94 |
| Lampiran 2 | Transkrip Wawancara | 106 |
| Lampiran 3 | Transkrip Wawancara | 109 |
| Lampiran 4 | Transkrip Wawancara | 111 |
| Lampiran 5 | Transkrip Wawancara | 114 |
| Lampiran 6 | Dokumentasi Wawancara | 115 |
| Surat Keterangan Penelitian | Surat Penelitian | 118 |





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi serta penggunaan internet semakin canggih, yang mana semua kalangan masyarakat mampu mengakses dengan mudah dan tidak terkecuali dalam perkembangan dunia bisnis dan pemasaran. Pengaruh perkembangan teknologi dapat mengubah berbagai aspek kehidupan termasuk perilaku konsumen dari kecenderungan mulai banyak beralih memilih bertransaksi melalui *online shop*. *Online shop* merupakan suatu wadah/tempat berbelanja yang mana menawarkan beragam jenis produk dan jasa yang mana memberikan kemudahan bagi konsumen. Dengan seiring berjalannya penggunaan internet dimasyarakat berdampak pada peningkatan gaya hidup dan membantu masyarakat dalam berinteraksi tanpa adanya batasan jarak dan waktu. Hal ini dimudahkannya dari segala macam kegiatan dan efisiensi waktu dengan berbelanja online serta membuat para pelaku usaha memanfaatkan media internet sebagai wadah dalam memasarkan produknya.

Dalam penelitian ini, membahas tentang penentuan harga produk masker pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah. Berdasarkan observasi, peneliti tertarik mengkaji lebih dalam khususnya bisnis online Ponorogo_Olshopmurah yang sedang *hype* ditengah perbincangan kalangan pasar sasarnya yaitu masyarakat Ponorogo dan sekitarnya. Bisnis ini bergerak dalam bidang trade yang mana menjual produk

diantaranya masker, skincare, kosmetik, aksesoris, hijab dan fashion. Bisnis ini dulunya merintis hanya sebagai *dropshipper* kini berkembang dengan pesat sehingga mampu mendirikan toko baru pada saat puncak pandemic *Covid-19* berkat adanya permintaan masker melojak. Bisnis online ini mendirikan toko baru berlokasi di Perumnas Asabri Pijeran, Tumang Lor, Sampung, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur (63471). Yang menjadi menarik pada bisnis online ini mampu menciptakan citra di benak pasar sasarnya, yang mana berani membandrol harga murah produk yang dijualnya bahkan dibawah harga standart penjualan rata-rata produk yang sama di toko lainnya namun dengan produk yang berkualitas.

Penelitian ini memiliki tujuan memecahkan masalah yang ada pada bisnis online ini dalam membandrol harga murah disandingkan dengan produk yang berkualitas sama dengan produk yang dijual dipasaran. Sedangkan mengkaitkan fenomena yang terjadi pada dua tahun terakhir adanya *Covid-19* banyak oknum pelaku usaha yang memanfaatkan kondisi ini dengan menimbun barang (*ihtikar*) kebutuhan pokok seperti halnya masker. Kasus ini berdampak pada adanya kelangkaan barang, gejolak harga di pasar, atau terjadi hambatan dalam pendistribusian barang. Namun, ditengah gejolak harga masker yang mahal pada saat itu serta didorong dengan skala pemenuhan kebutuhan meningkat, bisnis online @ponorogo_olshopmurah ini mampu bertahan dan menciptakan peluang dengan menjual masker dengan harga murah. Produk masker merupakan jenis barang kebutuhan pokok, yang mana barang ini menyangkut hajat

hidup semua orang serta tidak hanya mengatasi masalah kesehatan tetapi juga menjadi *lifestyle* ditengah masyarakat.

Berikut harga masker dari beberapa toko yang tersebar di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo pasca pandemic *Covid-19*:

Tabel 1.1
 Harga Masker Medis/Non-medis pasca *Covid-19* di Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo

| Toko Online | Basic Med Surgical Mask | KF94 | KN95 | Duckbill |
|-----------------------|-------------------------|--------|--------|------------------------------|
| @Ponorogo_Olshopmurah | 16.000 | 7.000 | 7.000 | 13.500/50pcs 6.500/10pcs |
| Gajahmada_id | 20.000 | 10.000 | - | 23.000/50pcs |
| Ponorogo Permai | 16.000 | 16.000 | 26.000 | 29.000/50pcs |
| Omah.olshop632 | 20.000 | 11.000 | - | 27.000/50pcs |
| By.dsn | 19.800 | 18.000 | 23.000 | 45.000/50pcs |
| Septia.store | 17.000 | 16.000 | 16.000 | 22.000/50pcs 16.000/10pcs |

Sumber: Data awal hasil observasi di toko penjual masker Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo

Menurut Philip Kotler, harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan dan elemen lain yang menghasilkan biaya. Harga sendiri adalah salah satu elemen termudah dalam keberhasilan program pemasaran yang dapat disesuaikan dengan produk, saluran, dan komunikasi yang membutuhkan banyak waktu. Harga

juga sebagai bentuk mengkomunikasikan positioning nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi menghasilkan laba yang besar.² Pentingnya bagi para pelaku usaha dalam menentukan harga karena harga dapat menentukan nilai pendapatan yang akan diterima. Pada prinsipnya harga ditentukan dengan seimbang, dalam artian tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah. Melihat bahwa harga yang dicantumkan dapat menjadikan salah satu sebab laku atau tidaknya barang yang ditawarkan. Apabila dalam penentuan harga salah akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan.

Melihat keadaan bisnis online Ponorogo_Olshopmurah dalam prakteknya menjual produk masker dibawah harga rata-rata dipasaran. Salah satu penjual menjelaskan bahwa dalam penentuan harga jual produk tanpa berpatokan harga dipasaran produk masker yang sejenis, melainkan menentukan harga sendiri. Penjual tidak memikirkan untung melainkan yang terpenting usahanya bisa dikenal murah yang mana pada saat itu adanya pandemi *covid-19* permintaan akan masker meningkat dengan adanya gejolak harga tidak stabil dengan harga yang relatif mahal dipasaran. Meskipun ada beberapa pelanggan komplain merasa produk mengalami penurunan kualitas tidak sesuai pada saat awal branding sebelum toko sudah terkenal pada saat ini.

² Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, “*Manajemen Pemasaran (Edisi 13 Jilid 2)*”, (Jakarta: Erlangga, 2008), 67

Dalam kegiatan berbisnis wajar bila mana orientasi utama mendapatkan keuntungan, yang pasti dalam mencapai keuntungan tidak merugikan para pihak. Dalam ajaran Islam perdagangan harus dilakukan secara baik dan melarang keuntungan yang berlebihan, pedagang yang tidak jujur, merugikan orang lain, dan harus menerapkan keadilan dan kejujuran dalam setiap kegiatan ekonomi.³ Dalam islam sendiri untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang dihasilkan dari berdagang wajar bukan riba. Namun masih banyak masyarakat yang kurang mengerti apa yang harus diperhatikan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang boleh diambil dalam berdagang.

Penelitian tentang penentuan harga sering dikaji dan dibahas oleh para peneliti sebelumnya, salah satu penelitian Anita Roikhatul Janah pada Skripsi Fakultas Syariah IAIN Purwokerto, dengan judul “Jual Beli Dengan Sistem Banting Harga Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”. Rumusan masalah dalam penelitian tersebut adalah bagaimana praktik jual beli dengan sistem banting harga di toko baju Appleblossom Purwokerto dan bagaimana hukum jual beli dengan sistem banting harga menurut hukum ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banting harga yang dilakukan oleh toko baju Appleblossom diperbolehkan karena tidak mengandung unsur kedzaliman bagi salah satu pihak, *owner* (pemilik toko) meskipun dalam jumlah uang

³ Veithzal Rivai, dan Andi Buchari, “*Islamic Economics*” (Jakarta: Bumi Aksar,2009), 96

modal tidak seutuhnya kembali karena sistem banting harga yang dilakukan namun dapat mengkafernya keuntungan dari penjualan lain, tidak hanya itu *followers* Instagram pun naik yang merupakan salah satu keuntungan berkat penjualan secara *online*, menurut peneliti tidak terjadi diskriminasi harga yang mematikan harga pasar dan pedagang sekitar karena dalam Islam banting harga yang dilarang adalah ketika memandang dengan sengaja menjual rugi dengan tujuan untuk mematikan harga pasar dan menyingkirkan pedagang sekitar supaya dapat dengan leluasa menguasai dan menentukan harga pasar.⁴

Perbedaan penelitian Roikhatul Janah dengan penelitian ini difokuskan penelitian pada mekanisme penentuan harga produk masker dengan rumusan masalah berbeda. Sedangkan penelitian Roikhatul Janah meneliti jual beli dengan sistem banting harga berdasarkan perspektif hukum ekonomi syariah dengan rumusan masalah yang berbeda. Persamaan dari penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui mekanisme penentuan harga jual produk masker pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah dan dampak internal dan eksternal penentuan harga jual pada bisnis online tersebut. Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan di atas, maka penulis

⁴ Anita Roikhatul Janah, “*Jual Beli Dengan Sistem Banting Harga Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Toko Baju Appleblossom Purwantoro)*”, Skripsi (Wonogiri: IAIN Purwokerto 2021).

ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Mekanisme Penentuan Harga Jual Masker Pada Bisnis Online Ponorogo_Olshopmurah”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat ditarik sebuah rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme penentuan harga jual masker pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah?
2. Dampak internal dan eksternal penentuan harga jual masker pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisa mekanisme Ponorogo_Olshopmurah dalam menentukan harga jual masker.
2. Menjelaskan dampak internal dan eksternal penentuan harga jual masker pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, peneliti berharap dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat dari penelitian ini diantara sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan mekanisme

penentuan harga jual masker dan mengetahui dampak internal dan eksternal penentuan harga jual masker pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai sumber pedoman atau referensi untuk mengembangkan penelitian-penelitian yang sebelumnya berkaitan dengan mekanisme penentuan harga.

2. Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Bagi penulis

Bagi penulis penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman secara langsung tentang mekanisme penentuan harga produk yang sesuai.

- b. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan kajian dan penunjang dalam pengembangan pengetahuan penelitian yang berkaitan dengan topik tersebut.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Studi penelitian terdahulu akan menjadi pijakan bagi peneliti dalam melakukan penelitian, maka dari itu peneliti dapat mengembangkan teori yang digunakan untuk mengkaji penelitian yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini peneliti mengangkat beberapa penelitian sebagai sumber referensi dan menambah bahan kajian. Berikut beberapa penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

Pertama, penelitian Aulia Ma'rifah pada *Journal of Islamic Business Law* Vol.5 Issue 3, dengan judul “Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga Official Store Tinjauan Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Serta Fiqh Muamalah”. Tujuan dalam penelitian tersebut adalah mengetahui faktor penyebab terjadinya penetapan harga suatu produk di bawah *official store* dan bagaimana pandangan undang-undang serta fiqh muamalah atas praktik tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian empris dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha dalam menentukan harga dibawah *official store* tidak menunjukkan kerugian dan faktor negatif dari kedua belah pihak, karena sebelumnya tidak adanya perjanjian dalam menentukan harga maka tidak menyalahi Undang-Undang No.5 Tahun 1999. Menurut peneliti selama prinsip dalam bermuamalah tetap dilakukan maka tidak menyalahi aturan negara dan islam. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, peneliti memfokuskan penelitian terhadap mekanisme penentuan harga pada produk masker murah, sedangkan yang dilakukan oleh Aulia Ma'rifah meninjau berdasarkan pandangan undang-undang serta fiqh muamalah.⁵

Kedua, penelitian Khomsiyah pada Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura, dengan judul “Strategi Penetapan Harga

⁵ Aulia Ma'rifah, "Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga Official Store Tinjauan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Serta Fiqh Muamalah" *Journal of Islamic Business Law* 5 Vol.3 (2021).

Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Material Bangunan & Elektronika Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UD. Aulia Jaya di Pamaroh Kec. Kadur Kab. Pamekasan). Rumusan masalah dalam penelitian tersebut adalah bagaimana strategi penetapan harga material bangunan & elektronik pada UD. Aulia Jaya perspektif ekonomi islam dan bagaimana penetapan harga jual yang ditetapkan UD. Aulia Jaya sehingga bisa bersaing dengan para kompetitornya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian jenis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah penetapan harga pada UD. Aulia Jaya menggunakan tiga metode yaitu *cost-plus pricing* dan *perceived value faxing*. Penetapan harga pada UD. Aulia Jaya ditinjau dari ekonomi islam sudah sesuai, akan tetapi dalam praktek jual beli terjadi penipuan dalam waktu penyerahannya. Menurut peneliti, sangat bertentangan dengan etika bisnis islam. Tetapi, konsep harga yang adil yang dilakukan oleh UD. Aulia Jaya, dan akad yang dilakukan sudah sesuai dengan syariat islam. Cara lain yang diterapkan UD. Aulia Jaya untuk bersaing dengan para kompetitornya dengan memberi potongan harga kepada konsumen yang melakukan pembelian dalam jumlah yang besar dan memberikan penghargaan kepada konsumennya. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, peneliti memfokuskan penelitian terhadap mekanisme penentuan harga pada produk masker murah, sedangkan yang dilakukan

oleh Khomsiyah meninjau berdasarkan strategi dalam upaya peningkatan penjualan berlandaskan ekonomi islam.⁶

Ketiga, penelitian Syamsul Effendi pada Mutlaqah: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah, dengan judul “Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Tujuan penelitian tersebut adalah dapat menentukan sendiri tentang apa yang harus dikonsumsi dan diproduksi serta dibebaskan untuk memilih apa yang dibutuhkan dan bagaimana cara memenuhi Teori ekonomi islam mengenai harga pertama sesuai hadist rasullullah dalam menetapkan harga dipasar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kajian literatur. Hasil dari penelitian tersebut menurut teori pasar akan diatur oleh tangan-tangan tidak kelihatan (*invisible hand*). Bukankah teori *invisible hand* itu bukan lebih tepat dikatakan *God hands* (tangan-tangan Allah). Oleh karena itu harga merupakan kekuatan penawaran dan permintaan pasar, maka harga barang tidak boleh ditetapkan pemerintah, karena ketentuan harga tergantung pada hukum supply dan demand. Tetapi masih banyak pelaku ekonomi masih memberikan peluang pada kondisi tertentu untuk melakukan intervensi harga (*price intervention*) bila para pedagang melakukan monopoli dan kecurangan yang menekan dan merugikan konsumen. Islam memandang bahwa pasar, negara, dan individu berada dalam keseimbangan (*Iqtishad*), tidak boleh ada sub-ordinat, sehingga salah satunya menjadi dominan dari

⁶ Khomsiyah, “Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Material Bangunan & Elektronik Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UD. Aulia Jaya di Pamaroh Kec. Kadur Kab. Pamekasan)” Skripsi (Madura: IAIN Madura, 2021).

yang lain. Pasar dijamin kebebasannya dalam islam yang mana dalam menentukan cara-cara produksi dan harga tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar. Namun dalam kenyataannya sulit ditemukan pasar yang berjalan sendiri secara adil (fair). Distorasi pasar tetap sering terjadi, sehingga dapat merugikan para pihak. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) dengan metode penelitian kualitatif, sedangkan yang dilakukan oleh Syamsul Effendi menggunakan metode penelitian kajian literatur.⁷

Keempat, penelitian Anita Roikhatul Janah pada Skripsi Fakultas Syariah IAIN Purwokerto, dengan judul “Jual Beli Dengan Sistem Banting Harga Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”. Rumusan masalah dalam penelitian tersebut adalah bagaimana praktik jual beli dengan sistem banting harga di toko baju Appleblossom Purwokerto dan bagaimana hukum jual beli dengan sistem banting harga menurut hukum ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banting harga yang dilakukan oleh toko baju Appleblossom diperbolehkan karena tidak mengandung unsur kedzaliman bagi salah satu pihak, *owner* (pemilik toko) meskipun dalam jumlah uang modal tidak seutuhnya kembali karena sistem banting harga yang dilakukan namun dapat mengkafernya keuntungan dari penjualan lain, tidak hanya itu

⁷ Syamsul Effendi, "Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* Vol 1.2 (2021).

followers Instagram pun naik yang merupakan salah satu keuntungan berkat penjualan secara *online*, menurut peneliti tidak terjadi diskriminasi harga yang mematikan harga pasar dan pedagang sekitar karena dalam Islam banting harga yang dilarang adalah ketika memandang dengan sengaja menjual rugi dengan tujuan untuk mematikan harga pasar dan menyingkirkan pedagang sekitar supaya dapat dengan leluasa menguasai dan menentukan harga pasar. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu judul peneliti memfokuskan penelitian terhadap mekanisme penentuan harga pada produk masker murah, sedangkan yang dilakukan oleh Anita Roikhatul Janah meninjau berdasarkan jual beli dengan sistem banting harga perspektif hukum ekonomi syariah.⁸

Kelima, penelitian Tati Urrokhmah pada Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, dengan judul “Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto”. Rumusan masalah dalam penelitian bagaimana strategi penetapan harga untuk meningkatkan volume penjualan pada kyla fashion serba 35.000 purwokerto. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada Kyle Fashion Serba 35.000 Purwokerto menggunakan dua metode strategi penetapan harga produk

⁸ Anita Roikhatul Janah, “*Jual Beli Dengan Sistem Banting Harga Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Toko Baju Appleblossom Purwantoro)*”, Skripsi (Wonogiri: IAIN Purwokerto 2021).

baru dan strategi fleksibilitas yang mana metode tersebut efektif dalam meningkatkan volume penjualan. Berdasarkan data penjualan atau grafik pada tahun 2015-2017 dampak positif bagi toko Kayla Fashion Serba 35.000. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu judul peneliti memfokuskan penelitian terhadap mekanisme penentuan harga pada produk masker murah menggunakan metode jenis penelitian lapangan (*field research*) kualitatif sedangkan yang dilakukan oleh Tati Urrokhmah meninjau berdasarkan strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan menggunakan metode jenis deskriptif kualitatif.⁹

Keenam, penelitian Yosi Kawa pada Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, dengan judul “Penetapan Harga Komoditi Hasil Pertanian Bagi Pedagang Di Pasar Tradisional Srengat Blitar Ditinjau Dari Teori Penetapan Harga Dalam Ekonomi Islam”. Rumusan masalah dalam penelitian tersebut bagaimana penetapan harga komoditi hasil pertanian di pasar tradisional Srengat Blitar, faktor apa saja yang mempengaruhi pedagang dalam penetapan harga dan bagaimana penetapan harga komoditi hasil pertanian di pasar Srengat Blitar ditinjau dari teori penetapan harga dalam ekonomi islam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskripsi dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penetapan harga jual

⁹ Tati Urrokhmah, “*Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto*”, Skripsi (Wonogiri: IAIN Purwokerto 2018).

komoditi hasil pertanian ditetapkan berdasarkan harga berlaku dipasaran, harga beli dari tengkulak, naik turunnya harga yang beredar dipasaran, jumlah dagangan yang dibeli konsumen, lama tidaknya barang terjual, kualitas barang dan mekanisme pasar (permintaan dan penawaran). Menurut peneliti dalam penetapan harga tidak bertentangan dengan ekonomi islam, yang mana didasari pada penetapan harga yang ditetapkan tidak bisa naik ataupun turun dikarenakan adanya mekanisme pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran, konsep ekonomi islam rela sama rela, kejujuran dan keadilan. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, peneliti menggunakan metode penelitian lapangan (field research) kualitatif, sedangkan yang dilakukan oleh Yosi Kawa meninjau menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.¹⁰

Ketujuh, penelitian Rosi Kusuma Wardani pada Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo, dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Bisnis Online Perlengkapan Alat Sholat Di Sanaya Kids Ponorogo”. Rumusan masalah penelitian tersebut perspektif ekonomi bisnis islam pada praktik jual beli, cara penetapan harga pada bisnis online, dampak jual beli online perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan praktik jual beli online perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo belum

¹⁰ Yosi Kawa, “*Penetapan Harga Komoditi Hasil Pertanian Bagi Pedagang Di Pasar Tradisional Srengat Blitar Ditinjau Dari Teori Penetapan Harga Dalam Ekonomi Islam*”, Skripsi (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2018).

sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis, ada beberapa yang telah diterapkan yaitu kebebasan, prinsip tanggungjawab dan prinsip ihsan. Namun, prinsip kejujuran belum diterapkan pada Sayana Kids Ponorogo. Cara untuk penetapan harga pada bisnis online perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo belum sepenuhnya menerapkan cara penetapan harga, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat. Sedangkan kesesuaian harga dengan kualitas produk belum diterapkan oleh Sanaya Kids Ponorogo. Tetapi terkait jual beli secara online memberikan dampak positif pada bisnis online perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, peneliti memfokuskan penelitian terhadap mekanisme penentuan harga pada produk masker murah, sedangkan yang dilakukan oleh Rosi Kusuma Wardani meninjau berdasarkan penerapan etika bisnis islam pada bisnis online perlengkapan alat sholat di Sanaya Kids Ponorogo.¹¹

Kedelapan, penelitian Safinatul Ilmiah pada Skripsi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung, dengan judul “Penetapan Harga Masker Saat Wabah *Covid-19* di Desa Mojopilang Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana penetapan kenaikan masker saat wabah *covid-19* di kecamatan Kamlagi kabupaten Mojokerto dan bagaimana penetapan kenaikan masker wabah *covid-19* dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum empiris dengan

¹¹ Rosi Kusuma Wardani, “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Bisnis Online Perlengkapan Alat Sholat Di Sanaya Kids Ponorogo”, Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021)

paradigma kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan kenaikan harga masker saat wabah *covid-19* di desa Mojopilang dilakukan atas dasar beberapa pertimbangan, yaitu dari segi harga kulakan, kualitas masker, dan keterbukaan antar penjual kepada pembeli dengan mengambil keuntungan antara 20% sampai 30%. Kemudian dari harga kulakan ada penjual yang mengambil keuntungan tidak lebih dari 25% dan ada juga yang mengambil keuntungan 30%. Menurut peneliti ditinjau dari etika bisnis islam, penetapan harga masker di desa Mojopilang sudah memenuhi prinsip keadilan karena penjual telah menetapkan harga masker sesuai dengan harga kulakan dan menyesuaikan harga umum pada saat itu, mereka juga tidak melakukan penimbunan masker sehingga tidak mengakibatkan kelangkaan masker. Dari segi kemanfaatan, pembeli memperoleh manfaat yang sesuai dengan harga masker, pada proses transaksi penjual memperlihatkan kualitas masker yang ada di kemasannya. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, peneliti menggunakan metode penelitian lapangan (field research) kualitatif, sedangkan yang dilakukan oleh Safinatul Ilmiyah menggunakan metode penelitian hukum empiris dengan paradigma kualitatif.¹²

Kesembilan, penelitian Hesti Yuanita dan Lutfi Rahmatullah pada Jurnal Ilmiah Mahasiswa: Studi Syariah, Hukum, Filantropi Vol.3 No.3, dengan judul “Etika Bisnis Islam Terhadap Mekanisme Penentuan Harga

¹² Safinatul Ilmiyah, “*Penetapan Harga Masker Saat Wabah Covid-19 di Desa Mojopilang Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”, Skripsi (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2021).

dalam Jual Beli Tanaman Hias *Philodendron Majestic*". Tujuan dalam penelitian tersebut adalah mengetahui bagaimana mekanisme penentuan harga jual beli tanaman *Philodendron Majestic* dan bagaimana tinjauan *Philodendron Majestic* di Lawe Florist, Sodakan, Laweyan, Surakarta. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah Lawe Florist dalam menentukan harga tanaman hias dengan cara mengecek harga pasar yang dilakukan dengan cara bertanya dengan rekan sesama Online Plant Seller (OPS) dan dengan melihat trend pada saat itu. Dalam menentukan harga tanaman hias *Philodendron Majestic*, Lawe Florist telah menerapkan kelima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebajikan. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa, ditinjau dari segi etika bisnis Islam, mekanisme penentuan harga dalam jual beli tanaman hias *Philodendron Majestic* di Lawe Florist telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, peneliti memfokuskan penelitian terhadap mekanisme penentuan harga pada produk masker murah, sedangkan yang dilakukan oleh Hesti Yunita dan Lutfi Rahmatullah meninjau etika bisnis Islam terhadap penentuan harga jual beli tanaman *Philodendron Majestic*.¹³

Kesepuluh, penelitian Fransiska Dini Setiowati pada Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, dengan judul "Analisis

¹³ Hesti Yunita Sari dan Lutfi Rahmatullah, "Etika Bisnis Islam Terhadap Mekanisme Penetapan Harga Dalam Jual Beli Tanaman Hias *Philodendron Majestic*", *Jurnal Al-Hakim: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Studi Syariah, Hukum dan Filantropi* Vol 3.2 (2021).

Penetapan Harga Produk Industri Meubel Di Desa Pandansari Selatan Kecamatan Sukoharjo Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Rumusan masalah penelitian tersebut bagaimana mekanisme penetapan harga produk pada industri meubel dalam penetapan harga dan pandangan ekonomi islam terhadap mekanisme penetapan harga produk industri yang ada di Desa Pandansari Selatan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penetapan harga produk industri meubel yang ada di Desa Pandansari Selatan didasari oleh hukum penawaran yang berlaku dan sudah sesuai dengan prosedur dengan menggunakan metode penetapan harga berbasis harga yang mencerminkan konsep penetapan harga yang baik. Para produsen industri meubel dalam menetapkan harga berdasarkan ongkos dan biaya produksi dan juga menggunakan metode berbasis pasar (*current market price*), harga pesaing (*competitor price*), dan harga yang disesuaikan (*adjusted current market price*). Dalam pandangan ekonomi islam penetapan harga produk industri meubel sudah sesuai dengan konsep ekonomi islam yaitu prinsip keadilan (kerelaan atau suka sama suka dan kedua belah pihak tidak ada yang dirugikan/ terdzalimi). Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, peneliti menggunakan metode jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif, sedangkan yang dilakukan oleh Fransiska Dini Setiowati menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.¹⁴

¹⁴ Fransiska Dini Setiowati, “Analisis Penetapan Harga Produk Industri Meubel Di Desa

Kesebelas, penelitian Nuramalia pada Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare, dengan judul “Fenomena Penetapan Harga Komoditas Perdagangan Di Indonesia (Perspektif Wahbah Az-Zuhaili)”. Rumusan masalah penelitian tersebut bagaimana fenomena penetapan harga komoditas pedagang di Indonesia, pandangan Wahbah Az-Zuhaili tentang fenomena penetapan harga, dan perbedaaan pandangan antara Wahbah Az-Zuhaili dengan pandangan jumhur ulama dalam hukum penetapan harga komoditas perdagangan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (*liberary research*). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemerintah diberikan hak untuk melakukan intervensi harga terhadap 28 komoditas. Namun skala makro permasalahan dalam kebijakan harga masih rendahnya komitmen politik dan ekonomi dalam mendukung kebijakan yang sudah ditetapkan sehingga pelaksanaan kurang komperhensif, sistematis dan konsisten. Pandangan Wahbah Az-Zuhaili tentang fenomena penetapan harga masih bertentangan dengan prinsip dasar dalam perekonomian, ayat, hadist yang telah dijelaskan dalam penentuan harga. Wahbah Az-Zuhaili ketika dalam pemberian patokan harga dengan melihat konteks perdagangan pada saat ini, jika kenaikan harga disebabkan oleh mekanisme pasar, pemerintah tidak boleh melakukan penetapan harga. Namun bila kenaikan harga disebabkan oleh ulah pedagang maka wajib bagi pemerintah untuk melakukan pengendalian harga, perbedaan pendapat mengenai hukum

Pandansari Selatan Kecamatan Sukoharjo Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Skripsi (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2018).

pada para ulama boleh tidaknya disebabkan adanya perbedaan metode istinbath hukum dan pola pikir yang tidak sama. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, peneliti memfokuskan penelitian terhadap mekanisme penentuan harga pada produk masker murah dengan menggunakan metode jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif, sedangkan yang dilakukan oleh Nuraini meninjau berdasarkan fenomena penetapan harga komoditas perdagangan di Indonesia dalam perseptif Wabwah Az-Zuhaili dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan (*liberary research*).¹⁵

Keduabelas, penelitian Ilga Iswa Dinata pada Skripsi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Metro, dengan judul “Dasar Kebijakan Harga Dalam Penetapan *Odd and Even Pricing* Pada Pelaku Usaha di Kota Metro”. Rumusan masalah penelitian tersebut bagaimana dasar kebijakan harga dalam penetapan *odd and even*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa acuan dalam menetapkan harga *odd even pricing* adalah persepsi dan kebutuhan konsumen. Dimana penetapan harga ganjil akan mempengaruhi konsumen memberikan kesan bahwa harga yang diberlakukan lebih murah karena belum mencapai harga di atasnya. Tujuan penetapan harga *odd even pricing* untuk mendapatkan keuntungan, merebut pangsa pasar dan menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Menurut hukum ekonomi syariah penetapan harga *odd even pricing* yaitu harga yang diberikan merupakan harga yang wajar yakni

¹⁵Nuraini, “*Fenomena Penetapan Harga Komoditas Pedagangan di Indonesia (Perspektif az-Zuhaili)*”, Skripsi (Sulsel: IAIN Parepare, 2022).

dengan mempertimbangkan harga modal dan keuntungan secara wajar bagi para pedagang maupun produsen. Sehingga penetapan harga *odd even pricing* tidak bertentangan dengan ketetapan Allah SWT. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, peneliti memfokuskan penelitian terhadap mekanisme penentuan harga pada produk masker murah, sedangkan yang dilakukan oleh Iga Iswa Dinata meninjau dasar kebijakan harga dalam penetapan *odd even pricing* pada pelaku usaha di kota Metro.¹⁶

Ketigabelas, penelitian Ariani pada Skripsi Ekonomi dan Bisnis UNMUH Makasar, dengan judul “Analisis Pengaruh Strategi Harga Terhadap Volume Penjualan Pakaian Pada PT. Barokah Biqalbin Salim Cabang Toddopuli Makassar”. Rumusan masalah penelitian tersebut apakah strategi penetapan harga jual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan pakaian pada PT. Barokah Biqalbin Salim Cabang Toddopuli Makassar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel harga (x) berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Barokah Biqalbin Salim Cabang Toddopuli Makassar. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, peneliti memfokuskan penelitian terhadap mekanisme penentuan harga pada produk masker murah dengan menggunakan metode jenis penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif, sedangkan yang

¹⁶ Iga Iswa Dinata, “Dasar Kebijakan Harga Dalam Penetapan *Odd and Even Pricing* Pada Pelaku Usaha di Kota Metro”, Skripsi (Lampung: IAIN Metro, 2020).

dilakukan oleh Ariani meninjau berdasarkan strategi penentuan harga terhadap volume penjualan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif.¹⁷

Keempatbelas, penelitian Elvan Firmansyah pada Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro, dengan judul “Mekanisme Penetapan Harga Di Rumah Makan Rama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”. Rumusan masalah penelitian tersebut bagaimana mekanisme penetapan harga di Rumah Makan Rama Tawes Kota Metro ditinjau dari etika bisnis islam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian penelitian lapangan (field research). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa mekanisme penetapan harga sudah sesuai dengan etika bisnis islam. Meskipun terdapat ketidaksamaan porsi makanan yang diambil pada konsumen namun harus bayar sama. Konsumen tidak merasa dirugikan karena makanan yang diambilnya sudah sesuai dengan selera dan porsi yang diinginkan dan pemilik rumah makan tidak merasa dirugikan atas tidak semua konsumen mengambil makanan dalam porsi banyak. Sehingga keduanya tidak ada yg merasa dirugikan atas mekanisme penentuan harga yang diterapkan. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, peneliti memfokuskan penelitian terhadap mekanisme penentuan harga pada produk masker murah sedangkan yang dilakukan oleh Elvan

¹⁷ Ariani, “*Analisis Pengaruh Strategi Harga Terhadap Volume Penjualan Pakaian Pada PT. Barokah Biqalbin Salim Cabang Toddopuli Makassar*”, Skripsi (Makasar: UNMUH Makasar, 2018).

Firmansyah meninjau berdasarkan mekanisme penetapan harga di rumah makan rama kota metro berdasarkan etika bisnis islam.¹⁸

Kelimabelas, penelitian Faqie Al-Ghifari pada Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin, dengan judul “Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perilaku Permintaan Dan Penawaran pada Toko Pakaian Di Pasar Tanah Pilih Kota Jambi”. Rumusan masalah penelitian tersebut bagaimana mekanisme penetapan harga dan strategi penetapan harga dalam perilaku permintaan dan penawaran pada Toko Pakaian Di Pasar Tanah Pilih Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa mekanisme penetapan harga memilih mengenai strategi pada pemasaran produk dengan cara menawarkan produk, melakukan proses tawar menawar dengan cara promosi melalui sosial media agar tertarik produk yang dipasarkan sama dan tidak memiliki keunikan sendiri. Sedangkan strategi penetapan harga dilakukan para pembeli eceran maupun grosir dikenakan biaya yang berbeda, beberapa penjual menggunakan strategi menurunkan harga walaupun kualitas produk bagus agar barang yang dijual laris dipasaran. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, peneliti memfokuskan penelitian terhadap mekanisme penentuan harga pada produk masker murah dengan menggunakan metode jenis penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif, sedangkan yang dilakukan oleh Faqie Al-Ghifari

¹⁸ Elvan Firmansyah, “*Mekanisme Penetapan Harga Di Rumah Makan Rama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*”, Skripsi (Lampung: UIN Metro, 2018).

meninjau berdasarkan mekanisme penetapan harga dalam perilaku permintaan dan penawaran dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.¹⁹

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang merupakan pendekatan yang mana melakukan penelitian yang didasari oleh filosofis bahwa kebenaran diperoleh dari cara menangkap gejala (fenomena) dari objek yang diteliti, yang nantinya akan diinterpretasikan oleh peneliti. Peneliti dituntut untuk memahami responden, validitas penelitian dari kemampuan peneliti, dan memerlukan data asli serta mengutamakan proses dari pada hasil penelitian.²⁰ Penelitian ini juga menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat ditengah masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk memecahkan masalah praktis dalam kehidupan sehari-hari.²¹

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif ini, karena tujuan penelitian ingin mendapatkan gambaran terkait fenomena bisnis online Ponorogo_Olshopmurah dalam membandrol harga produk masker

¹⁹ Faqie Al-Ghifari, "Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perilaku Permintaan Dan Penawaran pada Toko Pakaian Di Pasar Tanah Pilih Kota Jambi", Skripsi (Jambi: UIN Sulthan Thata Saifuddin, 2019).

²⁰ Prof. Dr. Ir. Raihan, M.Si, *Metodelogi Penelitian* (Jakarta :UII, 2017), 32.

²¹ Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah*, (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010),

murah. Dimana untuk mendapatkan hasil dari penelitian ini, peneliti mendapatkan data temuan dilapangan dengan mencari fakta yang terjadi serta menggambarkan semua kegiatan yang dilakukan dengan memilih jenis penelitian lapangan (*field research*) untuk meneliti secara cermat pada mekanisme penentuan harga produk masker dan dampak internal dan eksternal penentuan harga jual masker pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah.

2. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dalam penelitian kualitatif cukup rumit. Peneliti disini sekaligus merupakan perencana, pelaksana pengumpulan data, penafsiran data dan akhirnya menjadi pelapor hasil penelitiannya.²² Dalam penelitian ini, peneliti memiliki peran utama sebagai pengamat terkait fenomena dilapangan secara keseluruhan dari proses penelitian didalamnya namun peneliti tidak berpartisipasi didalam kegiatan yang ingin diteliti.

3. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, objek penelitian berlokasi di store baru yang beralamatkan Perumnas Asabri Pijeran, Tumang Lor, Sampung, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur (63471). Bisnis ini bergerak dalam bidang trade yang mana menjual produk diantaranya masker, skincare, kosmetik, aksesoris, hijab dan fashion. Peneliti memilih lokasi ini karena bisnis online Ponorogo_Olshopmurah merupakan tempat yang

²² Margono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 168.

sedang *hype* untuk dikunjungi oleh konsumen yang berburu barang murah.

4. Data Dan Sumber Data

Data dalam penelitian kualitatif merupakan data-data yang menunjukkan keadaan, kejadian yang dinyatakan dengan tidak menggunakan bilangan. Penelitian ini dikategorikan berdasarkan sumbernya, terdapat dua macam yaitu:

a) Data primer

Sumber data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya (responden) melalui prosedur dan teknik penarikan atau pengambilan data yang dirancang sesuai tujuannya.²³ Data primer peneliti memperoleh data secara langsung melalui wawancara kepada pemilik bisnis online (*owner*) Ponorogo_Olshopmurah yang menjadi sumber utama dalam penelitian.

b) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang tidak langsung yang biasanya diperoleh dari data-data yang didokumentasikan.²⁴ Data sekunder peneliti memperoleh data dari berbagai sumber seperti buku,

²³ Prof. Dr. Ir. Raihan, M.Si, *Metodelogi Penelitian*, 81.

²⁴ *Ibid.*, 81.

laporan, dan jurnal.²⁵ Penelitian ini, data sekunder berupa dokumentasi dan berbagai buku serta jurnal.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data hal yang terpenting bagi peneliti untuk mencapai hasil penelitian yang mempunyai kualitas. Dalam penelitian peneliti memerlukan data untuk memperoleh bukti-bukti nyata dan kebenarannya sesuai apa yang ada dilapangan. Berikut ada beberapa cara dalam pengumpulan data diantaranya:

a) Observasi

Observasi merupakan upaya pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti sehingga instrumen yang dapat dipakai berupa lembar pengamatan (catatan berkala, daftar ceklist), panduan pengamatan dan lainnya.²⁶

Observasi dilakukan ketika melakukan pengamatan di toko baru Ponorogo_Olshopmurah kepada pemilik usaha dan pembeli (*customer*) untuk mendapatkan sumber data yang valid.

b) Wawancara

Wawancara merupakan upaya mengumpulkan data yang dilakukan dengan mengkomunikasikan langsung atau

²⁵Ismail Nurdin, Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019),91.

²⁶*Ibid.*, 107.

tidak langsung oleh peneliti kepada responden/informan dengan memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab langsung atau pada kesempatan waktu lainnya.²⁷ Dalam penelitian ini wawancara akan dilakukan oleh pemilik (*owner*) Ponorogo_Onlineshopmurah secara mendalam yang mana mengajukan pertanyaan terkait mekanisme penentuan harga jual masker kepada pihak yang bersangkutan. Dari hasil wawancara akan terkumpul data-data penelitian berupa transkrip wawancara.

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang digunakan untuk menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sehingga akan diperoleh data yang lengkap sah dan bukan berdasarkan perkiraan. Metode ini hanya mengambil data yang sudah tersedia dalam catatan dokumen yang mana sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara yang mendalam.²⁸ Dalam penelitian ini dokumentasi hal yang terpenting yang sifatnya historis yang dapat membuktikan secara relevan pada penelitian ini. Hal ini peneliti dapat memperoleh data-data dari hasil dokumentasi seperti profil

²⁷ *Ibid.*, 108.

²⁸ *Ibid.*, 158-160.

usaha, memperoleh informasi lengkap terkait penentuan harga produk masker pada @Ponorogo_Olshopmurah.

6. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data merupakan teknik yang menjelaskan prosedur dari analisis data yang sesuai dengan pendekatan penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data bersumber dari lapangan ataupun kajian pustaka yang menggunakan teknik pengolahan data dengan tiga tahap diantaranya:

a) Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan, perhatian, pengabstrakan dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Selama proses penelitian ini berlangsung, penelitian dilakukan dari awal sampai akhir dengan mencari data-data yang diperoleh yang akan di cek ulang dengan informan lain yang dirasa peneliti lebih mengetahuinya.²⁹ Data yang sudah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas sehingga memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data lainnya.

b) Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan peneliti untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya antara lain berupa teks, naratif, matriks, grafik, jaringan dan bagan. Metode ini

²⁹ *Ibid.*, 209

bertujuan untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan.³⁰

Oleh karena itu penyajian data harus tertata dengan baik yang bertujuan untuk memudahkan peneliti membaca dan menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang terkait.

c) Kesimpulan

Tahap ini merupakan proses dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman merupakan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap ini, peneliti membuat rumusan preposisi yang berkaitan dengan prinsip logika, mengangkatnya sebagai temuan penelitian, kemudian dilanjutkan dengan mengkaji secara berulang-ulang terhadap data yang telah terbentuk, dan preposisi yang telah dirumuskan.³¹ Kesimpulan dalam penelitian berisi tentang temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada yang mana temuan ini berupa gambaran atau penjelasan dari suatu objek yang diteliti.

7. Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data lapangan secara sistematis. Data ini diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan

³⁰ *Ibid.*, 209

³¹ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 209

tidak lalu menarik kesimpulan.³² Dalam teknik analisis penelitian ini, memperoleh data bersumber dari lapangan yang mana tahap selanjutnya peneliti melakukan analisis mengenai mekanisme penentuan harga jual produk masker di @Ponorogo_Olshopmurah.

8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep terpenting juga dalam sebuah penelitian yang diperbarui dari konsep keshahihan (validitas) dan keandalan (reabilitas). Derajat kepercayaan keabsahan data (kredibilitas), dapat diadakan pengecekan dengan teknik pengamatan secara tekun. Ketekunan pengamatan disini merupakan proses menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dan persoalan/isi yang sedang dicari. Dalam menguji keabsahan data penelitian ini, peneliti menggunakan strategi triangulasi. Triangulasi adalah strategi untuk menguji keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang berasal dari luar data itu sendiri yang bertujuan untuk kebutuhan pengecekan atau membandingkan suatu data.³³

Adapun cara untuk mencapai proses tersebut; membandingkan data hasil observasi dengan data hasil wawancara, membandingkan perkataan orang didepan umum dengan perkataan secara pribadi, membandingkan apa yang dikatakan orang terkait situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu, membandingkan

³² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 228.

³³ Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitaian Kualitatif", *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol.10, No.1 (April 2010), 56-57.

keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan, serta membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.³⁴ Dalam pengecekan keabsahan data, peneliti melakukan perbandingan mengenai hasil wawancara dengan wawancara lainnya yang berakhir dengan menarik kesimpulan sebagai hasil dari temuan data lapangan.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dimaksudkan untuk mempermudah pembaca dalam menelaah isi kandungan yang ada didalamnya. Secara garis besar, dalam pembahasan ini terjadi beberapa bab. Adapun sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan. Bab ini memaparkan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

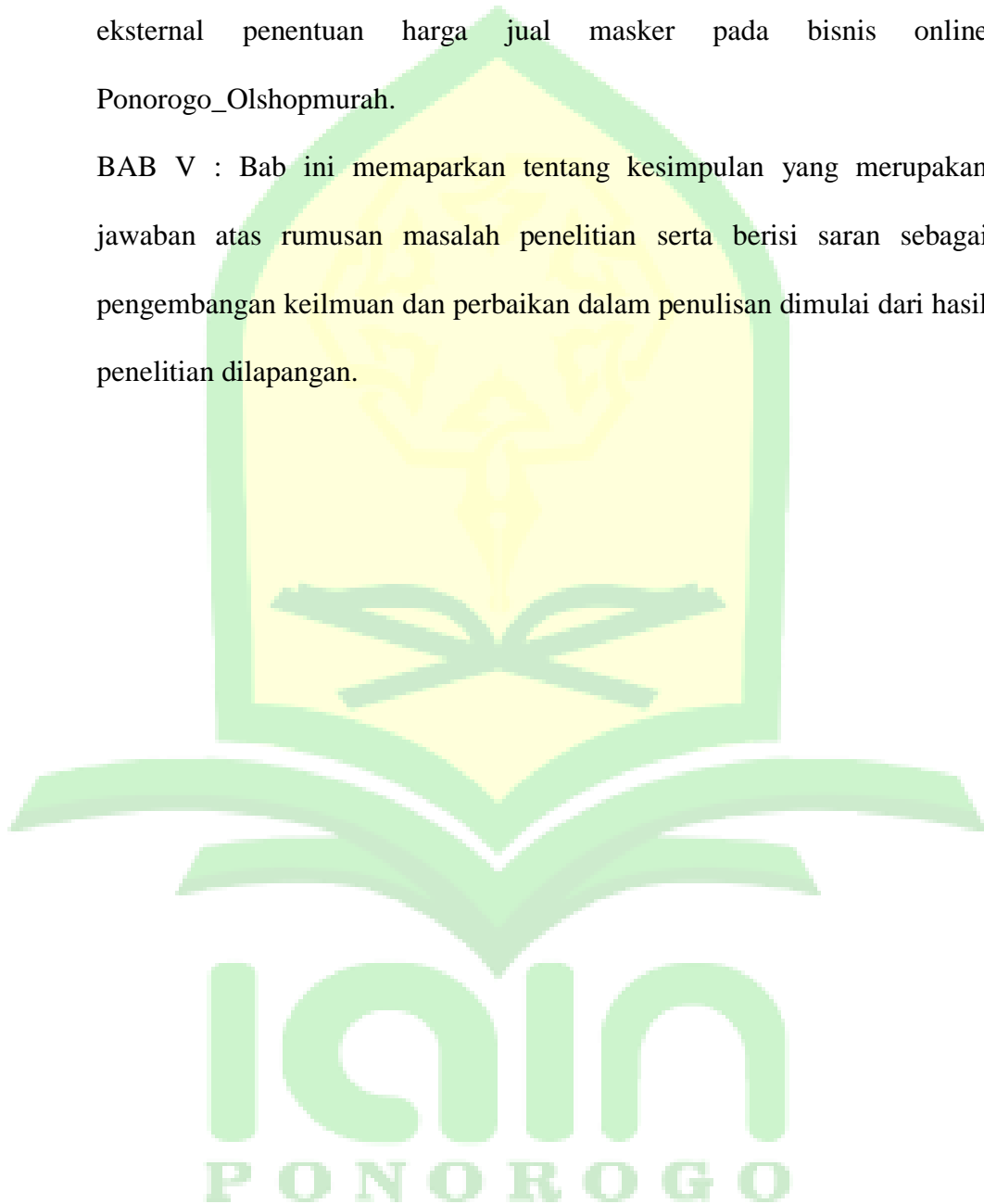
BAB II : Kajian Teori. Bab ini memaparkan tentang kajian teori berkaitan dengan penetapan harga; pengertian harga, indikator harga, tujuan penetapan harga, peran penetapan harga, analisis situasi penetapan harga, metode penetapan harga.

BAB III : Bab ini memaparkan tentang metode penelitian yang berkaitan dengan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan teknik pengecekan keabsahan data.

³⁴ *Ibid.*, 330-331.

BAB IV : Bab ini memaparkan tentang pembahasan dari analisis penelitian yang berkaitan dengan mekanisme penentuan harga jual masker pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah dan dampak internal dan eksternal penentuan harga jual masker pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah.

BAB V : Bab ini memaparkan tentang kesimpulan yang merupakan jawaban atas rumusan masalah penelitian serta berisi saran sebagai pengembangan keilmuan dan perbaikan dalam penulisan dimulai dari hasil penelitian di lapangan.



BAB II

PENETAPAN HARGA

A. Penetapan Harga

1. Pengertian Harga

Harga adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran lainnya yang menghasilkan pendapatan dan biaya. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat yang sama dalam penetapan harga dan persaingan harga merupakan masalah utama yang sering dihadapi banyak eksekutif pemasaran.³⁵ Harga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat mengakibatkan reaksi penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan.³⁶ Menurut Suherman Rosyidi menyatakan harga suatu barang/jasa tertentu adalah barang yang bersangkutan dapat ditukarkan dengan sesuatu yang lain, apapun bentuknya.³⁷ Dari pengertian diatas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan nilai suatu barang dan jasa yang besarnya nilai barang/jasa akan mempengaruhi tingkat harga itu sendiri.

³⁵ Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 37.

³⁶ *Ibid.*, 38.

³⁷ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000), 237.

Besarnya nilai barang/jasa dapat dipengaruhi oleh *utility* (nilai guna) yang akan memberikan kepuasan bagi pemiliknya. Di lain sisi besar nilai barang/jasa dapat dipengaruhi oleh *scarcity* (kelangkaan). Hal ini juga di jelaskan menurut Monroe (1990) menyatakan bahwa harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga adalah salah satu faktor terpenting bagi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak.³⁸ Menurut Philip Kotler dan Keller harga sendiri merupakan salah satu elemen termudah dalam keberhasilan program pemasaran yang dapat disesuaikan dengan produk, saluran, dan komunikasi yang mana membutuhkan banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan positioning nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi menghasilkan laba yang besar.³⁹ Seperti yang diungkapkan oleh Kotler, bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yang biasa dikenal dengan istilah empat P (*Price, Product, Place, dan Promotion*). Harga (*price*) bagi suatu usaha akan menghasilkan pendapatan (*income*), adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu produk (*product*),

³⁸ Husni Muharram Ritonga, dkk, *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi* (Medan: CV. Manhaji, 2018),20.

³⁹ Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran (Edisi 13 Jilid 2)*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 67.

tempat/saluran (*place*), dan promosi (*promotion*) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang mana dapat tukarkan dengan sesuatu dengan lainnya yang manfaat/nilai guna dengan menukarkan jumlah senilai yang ditukarkan apapun bentuknya. Dari harga akan mendapatkan posisi pasar yang baik akan menghasilkan pendapatan. Sedangkan penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang dihasilkan. Dalam penetapan harga, produsen harus memahami secara mendalam besaran sensitifitas konsumen terhadap harga yang berkaitan dengan elastisitas harga dan ekspetasi harga.⁴⁰ Dengan kata lain, harga dan penetapan harga adalah suatu proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan nilai suatu produk/jasa dengan mengkalkulasikan terlebih dahulu segala macam biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh keuntungan serta mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintain selain harga itu sendiri.⁴¹

2. Indikator Harga

Menurut Kotler terdapat enam indikator yang mencirikan harga. Keenam indikator tersebut sebagai berikut:

a. Keterjangkauan harga

⁴⁰ Husni Muharram Ritonga, dkk, *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*, 103.

⁴¹ *Ibid.*,104

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.

c. Daya saing harga

Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.

d. Kesesuaian harga dan manfaat

Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

e. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan

Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi, konsumen cenderung mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian. Sebaliknya jika harga sesuai, konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli.

f. Pengaruh distributor

Walaupun pemasar sangat berkepentingan dengan reaksi konsumen terhadap harga, namun tidak banyak pemasar yang menjual produk secara langsung ke konsumen akhir. Dalam hal ini peran distributor

akan sangat menentukan tingkat penerimaan produk perusahaan. Kadangkala perusahaan memang tidak memberikan ruang gerak yang cukup bagi para perantara untuk menimbun barang. Oleh karenanya, satu-satunya cara yang dapat dipergunakan untuk mempengaruhi distributor adalah dengan menawarkan margin yang menarik mereka. Akibatnya, dalam hal-hal tertentu perusahaan memang harus memberikan harga khusus sampai dengan tingkat terendah yang mungkin dicapai.⁴²

3. Tujuan Penetapan Harga

Hal utama yang harus diperhatikan dalam menentukan harga suatu produk salah satunya tujuan dari penetapan harga sebagai sebuah ketercapaian dalam berbisnis dengan menawarkan produk tertentu. Tujuan ini mungkin berbeda disetiap masing-masing usaha, berikut ini tujuan-tujuan dari penetapan harga diantaranya:

- a. Mendapatkan posisi pasar. Peran pelaku usaha dalam penentuan harga murah guna meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Cara ini dapat dilakukan dengan perang harga dan pengurangan kontribusi laba.
- b. Mencapai kinerja keuangan. Pelaku usaha melakukan pemilihan harga yang tepat guna membantu pencapaian tujuan keuangan

⁴² Hargo Utomo, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Gunadarma, 1993), 84.

seperti kontribusi laba dan arus kas. Bila harga terlalu tinggi mungkin tidak akan direspon oleh para konsumen.⁴³

- c. Penentuan posisi produk. Harga yang dipilih dapat digunakan untuk membantu meningkatkan citra produk, mempromosikan kegunaan produk, menciptakan kesadaran, dan tujuan penentuan posisi lainnya.
- d. Merangsang permintaan. Harga disini guna mendorong konsumen untuk mencoba produk atau merek tertentu saat penjualan sedang lesu.
- e. Mempengaruhi persaingan. Harga disini berguna untuk mempengaruhi persaingan yang ada atau calon pembeli, dengan cara menghambat masuknya pesaing baru ataupun bertambahnya *market share* pesaing yang ada.⁴⁴

4. Peran Harga

Dalam sudut pandang pemasaran, ada tiga peran utama harga, berikut ini:

- a. Turut Menentukan Volume Penjualan

Dengan mengacu pada kurva penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*), kita mengetahui bahwa harga berbanding terbalik dengan volume penjualan yang mana semakin tinggi harga suatu produk maka volume penjualan semakin rendah. Namun harus kita sadari bahwa kurva

⁴³ Dr. Saida Zainurossalamia ZA, M.Si, *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi* (NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2020), 106.

⁴⁴ *Ibid.*, 107.

permintaan tidaklah berbentuk garis lurus dari titik tinggi di garis sumbu horizontal, ia kan melengkung dan menurun ke kiri. Melengkungnya kurva permintaan tersebut disebabkan karena adanya persepsi konsumen terhadap produk dengan harga yang terlalu murah berarti kualitas produk juga rendah sehingga keinginan untuk membeli produk tersebut juga semakin menurun alih-alih semakin tinggi.⁴⁵

b. Turut Menentukan Besarnya Laba

Kita ketahui bahwa dasar utama untuk kalkulasi penetapan harga jual sebuah produk adalah biaya ditambah laba (*cost plus*) dengan kata lain sebuah produk ditentukan oleh harga jual per unit dikurangi dengan biaya-biaya atau harga pokok penjualan (*cost of goods sold*). Pada tingkat harga pokok penjualan tertentu semakin tinggi harga jual semakin tinggi laba yang diperoleh dan sebaliknya. Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan.

c. Pertanda Untuk Membeli

Harga menawarkan cara yang tepat dan langsung untuk berkomunikasi dengan pembeli. Harga yang ditawarkan kepada pembeli bisa dipakai dasar untuk membandingkan *brand* yang melekat pada suatu produk. Harga dapat

⁴⁵ Jajat Kristanto, *Manajemen Pemasaran Internasional : Sebuah Pendekatan Strategi* (Jakarta: Erlangga, 2011), 200.

digunakan untuk memperkuat *positioning* suatu barang agar persepsikan sebagai produk yang berkualitas tinggi atau untuk memenangkan persaingan dengan produk lain.⁴⁶

d. Turut Menentukan Citra Produk

Salah satu unsur yang membentuk citra sebuah produk adalah persepsi mengenai kualitas produk, dan persepsi mengenai kualitas sebuah produk ditentukan antara lain oleh harga jual produk, artinya semakin mahal harga sebuah produk maka persepsi konsumen mengenai kualitas produk tersebut semakin tinggi dan sebaliknya.⁴⁷

5. Analisa Situasi Penetapan Harga

Analisa situasi penetapan harga meliputi estimasi mengenai kepekaan pasar produk terhadap harga, penetapan biaya produk, analisis persaingan, dan penilaian terhadap hambatan-hambatan hukum dan etika.

- a. Kepekaan pasar produk terhadap harga. Kepekaan ini dapat dilihat pada elastisitas harga yang merupakan persentase perubahan jumlah yang diminta bila harga berubah dibagi dengan presentase perubahan harga. Elastisitas harga ini juga berpengaruh terhadap penetapan harga.

⁴⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2004), 137.

⁴⁷ Ujang Sumamarwan, Herien Puspitawati, Agustinus Hariadi, et.al., *Riset Pemasaran dan Konsumen Anova, Ancova, Regresi, dan Structural Equation Modelling Serta Kajian: Posisi Produk, Ekuitas Merek, Konsep Diri, Loyalitas Toko, Sikap dan Preferensi, Strategi Harga dan Keluhan Pelanggan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2013), 269.

b. Penentuan biaya produk. Dalam menganalisis biaya perlu diperhatikan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Penentuan struktur biaya. Yang dianalisis pertama kali adalah strategi biaya produksi dan distribusi produk.
2. Analisis hubungan antara biaya dan volume. Dalam analisis ini ditentukan sejauh mana volume dan apa yang dihasilkan serta distribusinya.
3. Analisis keunggulan bersaing. Menempatkan para pesaing kunci kedalam kategori biaya produk relative.
4. Estimasi dampak pengalaman atas biaya. Pengalaman atau analisis kurva pembelajaran (dengan menggunakan data historis) menunjukkan bahwa biaya dan harga suatu produk cenderung turun saat jumlah produksi semakin ditingkatkan.
5. Penentuan tentang kendali atas biaya. Pertimbangan-pertimbangan seperti sejauh mana kepemilikan dan pengembangan, kekuatan tawar menawar dengan pemasok, inovasi proses, dan faktor-faktor lainnya saling terkait.⁴⁸

6. Metode Penetapan Harga

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

⁴⁸ *Ibid.*,108

Yang mana menjelaskan metode-metode penetapan harga sebagai berikut.⁴⁹

a. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Metode ini adalah yang paling standar dan paling banyak digunakan, metode ini menentukan harga berdasarkan total biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk yang dijual, dan menambahkan sejumlah presentase tertentu sebagai laba. Ada 4 metode dalam penetapan harga berdasarkan biaya, yaitu:

- 1) *Cost-Plus Pricing Method* yaitu penetapan harga jual per unit berdasarkan jumlah biaya per unit ditambah jumlah tertentu sebagai laba atau margin.

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Total} + \text{Laba}$$

- 2) *Mark-up Pricing* yaitu penetapan harga sering digunakan oleh pedagang perantara atau reseller dropshipper dengan menambahkan harga beli dengan sejumlah laba tertentu.

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga Beli} + \text{Laba/Markup}$$

- 3) *Fixed Fee Pricing* yaitu penetapan harga berdasarkan jumlah biaya yang dikeluarkan oleh produsen produk tersebut ditambah sejumlah fee yang telah disepakati, jadi laba yang diperoleh tidak mempengaruhi harga jual barang.

⁴⁹Dhiyan Tyas Untari, Manajemen Pemasaran; Kasus Dalam Mengembangkan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi (Jawa Tengah: CV. Pena Persada Redaksi, 2019), 26.

4) *Target Pricing* yaitu penetapan harga yang dilakukan berdasarkan tingkat pengambilan investasi (ROI) sesuai dengan target yang diinginkan

b. Metode Penetapan Harga Berbasis Kebutuhan/Keinginan

Metode ini merupakan metode yang mengutamakan kondisi ataupun kebutuhan konsumen yang dapat memungkinkan adanya perbedaan harga meskipun produknya sama, akibat dari beberapa faktor tertentu seperti letak geografis, waktu dan sebagainya. Ada dua macam strategi ini yaitu:⁵⁰

1) *Price Sentivity Meter (PSM)* merupakan penetapan harga yang dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pendekatan terhadap kebutuhan permintaan konsumen. Metode ini didasari persepsi konsumen terhadap nilai atau *value* produk yang diterima, apakah sebanding atau tidak untuk mengetahui *value* suatu produk dapat diterima oleh konsumen, bisa mengukurnya dengan PSM.

2) Diskriminasi Harga merupakan kebijakan untuk menentukan harga jual yang berbeda-beda untuk suatu jenis produk yang sama dalam satu satu segmen pasar. Beberapa faktor yang mempengaruhi diskriminasi harga misalnya wilayah, konsumen, kualitas, dan bentuk produk.

⁵⁰ *Ibid.*, 27.

c. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Metode ini merupakan metode yang menyoroti harga produk sejenis yang dikeluarkan oleh industri pesaing. Ada dua metode yang bisa digunakan yaitu:

- 1) *Perceived Value Fixing* yaitu penetapan harga jual berdasarkan harga jual rata-rata produk sejenis.
- 2) *Sealed Bid Pricing* yaitu penetapan harga jual berdasarkan penawaran yang diajukan pesaing.

d. Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Metode permintaan adalah suatu metode yang menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan referensi pelanggan dari faktor-faktor seperti biaya, laba dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan.

B. Penetapan Harga Dalam Islam

Dalam pandangan Islam, masalah harga diuraikan dalam beberapa termonologi antara lain *Sir al-mitsl* dan *Thaman al-mitsl qimah al-adl*. Istilah *Qimah al-adl* (harga yang adil) pernah digunakan oleh Rasulullah SAW dalam mengontrol kompensasi dengan harga yang adil. Penggunaan istilah ini juga ditemukan di laporan Khalifah Umar bin Khattab dan Ali Bin Abi Thalib. Umar bin Khattab menggunakan istilah harga yang adil ketika menetapkan nilai baru atas diyah (denda/tebusan). Istilah *Qimah al-adl* juga banyak digunakan oleh para hakim yang telah memodifikasikan hukum Islam tentang transaksi bisnis di dalam objek barang cacat yang

dijual berebutan kesukaan, memaksa penimbun barang untuk menjual barang timbunannya, membuang jaminan atas harta milik dan sebagainya.⁵¹ Ibnu Taimiyah juga membedakan dua jenis harga yakni harga yang tidak ada dan dilarang dan harga ada dan disukai. Ibnu Taimiyah menganggap harga yang setara adalah harga yang adil, ia juga menjelaskan bahwa harga yang setara adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas yakni pertemuan antara permintaan dan penawaran.⁵²

Ibnu Taimiyah mendefinisikan *Equivalen Price*/harga yang setara sebagai harga baku (*s'ir*), yaitu penduduk menjual barang-barangnya dan secara umum diterima sebagai sesuatu yang setara dengan itu dan untuk barang yang sama pada waktu dan tempat yang khusus. Sementara dalam *Al-hisbah*, ia menjelaskan bahwa *equivalen price* atau harga yang setara sesuai dengan keinginan lebih persisnya harga yang ditetapkan oleh ketetapan pasar yang beralasan secara bebas kompetitif dan tidak terdistorsi antara penawaran dan permintaan. Ia mengatakan “Jika penduduk menjual barangnya dengan cara yang normal (*Al-wajh al-ma'ruf*) tanpa menggunakan cara-cara tidak adil, kemudian harga meningkat karena pengaruh kekurangan persediaan atau meningkatnya jumlah penduduk (permintaan) itu semua karena Allah SWT. Didalam kasus seperti ini memaksa penjual untuk menjual barangnya pada harga khusus merupakan paksaan yang salah (*ikrah bi ghair al-haq*). Kegiatan dibidang ekonomi

⁵¹ Sentot Imam Wahjono, *Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004) 220-221

⁵² Adiwarmanto A Karim, *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Ketiga*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 130

tidak dapat dipisahkan dengan istilah harga. Demikian harga selalu menjadi ukuran apakah seseorang melakukan keputusan pembelian atau tidak untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.

Harga merupakan salah satu bagian dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Hal ini dengan firman Allah SWT dalam Al-Quran surat An-Nissa ayat 29 yaitu:⁵³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepada kalian.” Berdasarkan ayat diatas menjelaskan seseorang dalam memperoleh harta harus dengan jelas perniagaan yang berdasarkan kerelaan diantara kamu, kerelaan tidak melanggar ketentuan agama.

⁵³ Department Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan cet. Ke-1* (Semarang: CV. Toha Putra, 1989), 61-62.

Karena harta benda mempunyai kedudukan dibawah nyawa. Bahkan terkadang nyawa dipertaruhkan untuk memperoleh atau mempertahankan. Selain itu ayat ini menjelaskan membunuh orang lain secara tidak hak adalah sama dengan kamu, dan bila kamu membunuhnya, maka kamu pun terancam terbunuh, karena sesungguhnya Allah terhadap kamu maha penyayang.⁵⁴ Ajaran islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna merupakan resultan dari kekuatan yang bersifat massal, yaitu merupakan fenomenal alamiah. Pasar yang bersaing sempurna menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Oleh karena itu, islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.

Menurut Ibnu Taimiyah naik turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik begitupun sebaliknya. Kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil.⁵⁵ Bila seluruh transaksi sudah sesuai dengan aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah SWT. Hal tersebut yang

⁵⁴ M.Quraish Shihab, Tafsir Al-Mishbah (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 391

⁵⁵ Adiwarmanto A Karim, *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Ketiga*, 144

impersonal. Ibnu Taimiyah juga membedakan dua faktor penyebab pergeseran kurva permintaan dan penawaran yaitu tekanan pasar yang otomatis dan perbuatan melanggar hukum dari penjualan, misalnya penimbunan.⁵⁶ Penentuan harga juga diatur dalam Islam. Menurut jumhur ulama telah sepakat bahwa Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, maka hanya dalam kondisi tertentu saja pemerintah dapat melakukan kebijakan penetapan harga. Prinsip dari kebijakan ini adalah mengupayakan harga yang adil, harga yang normal, atau sesuai harga pasar. Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang, yaitu sebagai berikut:⁵⁷

1. Talaqqi rukban dilarang karena pedagang yang menyongsong dipinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual dikampung akan harga dikota.
2. Mengurangi timbangan dilarang karena barang yang dijual dengan harga yang sama dengan jumlah yang sedikit.
3. Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk.
4. Menukar kurma kering dengan basah dilarang karena takaran kurma basah dan kering bisa jadi tidak sama dengan kurma kering yang ditukar.

⁵⁶ *Ibid.*,145

⁵⁷ *Ibid.*,153

5. Menukar satu takar kurma kualitas bagus dengan dua takaran kurma kualitas sedang dilarang karena setiap kualitas kurma mempunyai harga pasar yang berbeda.
6. Transaksi najasy dilarang karena penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar harga tinggi agar orang lain tertarik.
7. Ikhtikar dilarang yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi
8. Ghaban faa-hisy (besar) dilarang yaitu menjual diatas harga pasar.

Pemikir Ekonomi Islam modern telah menetapkan prinsip dalam penetapan dan perubahan harga dalam mekanisme harga dalam Pasar Islam sebagai berikut:

Pertama, prinsip kebebasan merupakan kebebasan naik-turunnya harga berdasarkan faktor penawaran dan permintaan. Inilah yang disebut dengan hukum *supply and demand*. Istilah ini sangat dikenal dalam pembahasan “nilai kerja penuh” dalam sistem ekonomi kapitalis dan menjadikannya prinsip mutlak perubahan harga. Sistem pasar islam yang cenderung “bebas” juga mengakui atas berlakunya hukum penawaran dan permintaan dalam tingkat komoditi di pasar. Hukum ini menyatakan bahwa apabila penawaran naik diikuti dengan permintaan turun maka harga akan cenderung turun, sebaliknya apabila permintaan naik dan penawaran turun maka menyebabkan kenaikan harga. Sedangkan jika

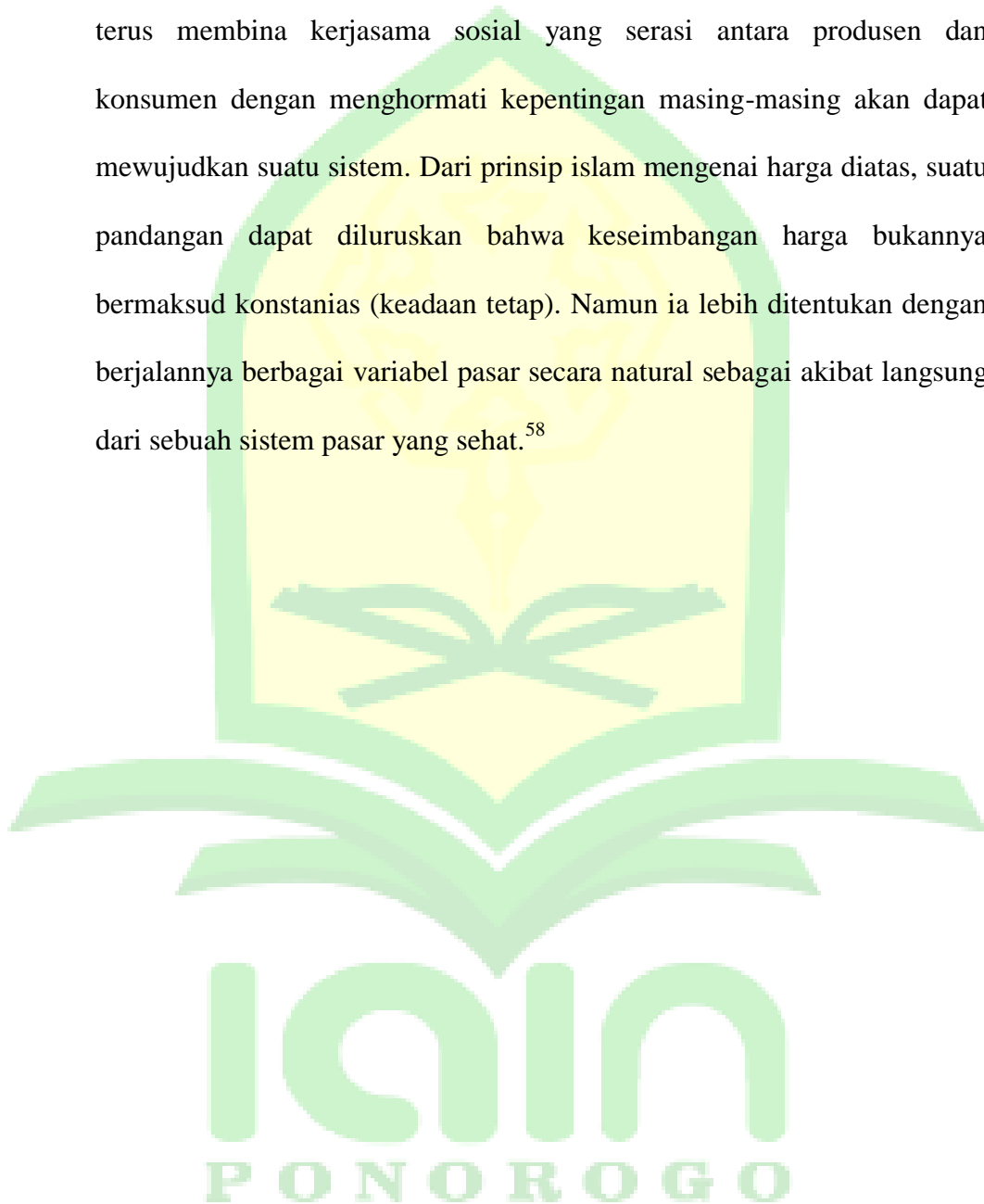
situasi permintaan dan penawaran sama maka harga akan cenderung stabil. Prinsip penetapan harga berdasarkan otoritas pasar didukung oleh hukum asal bahwa harga itu merupakan ketentuan atau urusan Allah SWT. Pada saat pasar dalam keadaan normal, campur tangan dalam bentuk apapun dari pihak penguasa adalah suatu kezaliman karena dapat merusak sistem pasar. Ketetapan hukum harga itu merupakan ketentuan Allah SWT juga memberi kesan bahwa pedagang Islam dituntut beriman dan diyakini tidak mungkin mengkhianati orang lain demi keuntungan pribadi. Kebebasan ini juga menuntun kepada bentuk persaingan harga antara produsen dan penjual, dimana harga wajar akan selalu dipilih oleh konsumen.

Kedua, prinsip harga yang wajar. Prinsip ini mendapat bahasan yang beragam dari para pakar Ekonomi Islam kontemporer, terutama menyangkut batas-batas keuntungan atau margin yang dinilai wajar atau layak. Asumsi umum tentang harga bahwa ia menggambarkan nilai kerja dan produksi ditambah dengan margin sekian persen. Harga yang layak akan muncul dari persaingan pasaran yang sehat dimana rasionalitas ekonomi sangat dominan dalam menekan kecenderungan produsen untuk menaikkan harga seenaknya. Rasionalitas ekonomi itu menyatakan bahwa tujuan konsumen adalah memaksimalkan kepuasan, sedangkan tujuan produsen adalah memaksimalkan keuntungan. Hal yang menuntut pengetahuan lebih di kalangan konsumen mengenai kualitas suatu barang untuk membandingkan dengan harga, apakah wajar atau tidak.

Menurut Ibnu Taymiah konsep harga yang sebanding bukan hanya ditentukan oleh harga yang seimbang dengan nilai guna dan jangka waktu penjualan suatu komoditi. Konsep harga yang wajar dan adil bergerak antara apa yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi modern dianggap lazim dan apa yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi islam dianggap memenuhi norma-norma islam. Konsep harga yang wajar atau lazim itu adalah disamping menggambarkan biaya produksi komoditi juga margin yang dibatasi oleh norma-norma sosial ekonomi berupa kemampuan dan kepentingan konsumen dan perilaku jujur produsen atau penjual. Ini juga menunjukkan bahwa tingkat harga yang lazim sangat tergantung pada faktor yang dapat mempengaruhi harga, seperti penawaran dan permintaan, faktor kelangkaan dan *utility* atau mutu suatu barang. Dalam keadaan berjalan baiknya faktor yang mempengaruhi harga, pada situasi apapun tingkat harga komoditi dapat dikategorikan pada batas kewajaran.

Ketiga, berkaitan dengan keuntungan, yaitu keuntungan sosial. MA. Mannan mengemukakan konsep ini sebagai diagnosa terhadap urgensi rasionalitas ekonomi. Prinsip harga sosial merangkum “kepuasan” pihak-pihak yang terlibat dipasar. Ini sesuatu proses ke arah keseimbangan harga dimana para produsen memperhatikan kepentingan sosial umat atas dasar norma-norma dan nilai keimanan Islamnya, tidak menaikkan harga semaunya demi keuntungan yang sangat besar. Perhatian yang bersifat sosial-ekonomi ini justru akan memberikan keuntungan bagi produsen berupa kelancaran pasaran dan peredaran uang karena konsumen merasa

efektif dalam berbelanja. Prinsip ini akan mampu menciptakan hubungan harmonis antara produsen dan konsumen dalam waktu lama. Sedangkan jangka pendek dengan perhatian yang komprehensif dari pemerintah untuk terus membina kerjasama sosial yang serasi antara produsen dan konsumen dengan menghormati kepentingan masing-masing akan dapat mewujudkan suatu sistem. Dari prinsip islam mengenai harga diatas, suatu pandangan dapat diluruskan bahwa keseimbangan harga bukannya bermaksud konstansias (keadaan tetap). Namun ia lebih ditentukan dengan berjalannya berbagai variabel pasar secara natural sebagai akibat langsung dari sebuah sistem pasar yang sehat.⁵⁸



⁵⁸ Yosi Kawa, Skirpsi, “*Penetapan Harga Komonditi Hasil Pertanian.....*”,28-33

BAB III

MEKANISME PENENTUAN HARGA MASKER

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profile Usaha

Usaha ini didirikan oleh Zefrian Nugraha dan Chorlenia Nindia Alkhoiri seorang pasangan suami istri yang memiliki tekad setelah menikah ingin mendirikan usaha online yang pada saat itu sedang tren. Awal mula merintis bisnis dengan berjualan online di marketplace yaitu shopee pada saat *Covid-19* sedang puncaknya hingga sekarang bisa mendirikan toko. Usaha ini tergolong dalam usaha perseorangan, usaha ini dinamai dengan Ponorogo_Olshopmurah dengan menjual produk diantaranya skincare, kosmetik, masker, hijab, fashion dan aksesoris lainnya. Target pasar diperuntukkan bagi semua kalangan namun prioritas tertuju pada kalangan remaja dengan menjual produk dengan harga terjangkau. Kini usaha online yang didirikan ini dapat membuahkan hasil hingga mampu mendirikan toko baru cabang kedua bahkan proses pembukaan cabang ketiga berkat tekun dan ulet dalam merintis usaha yang dijalankan.

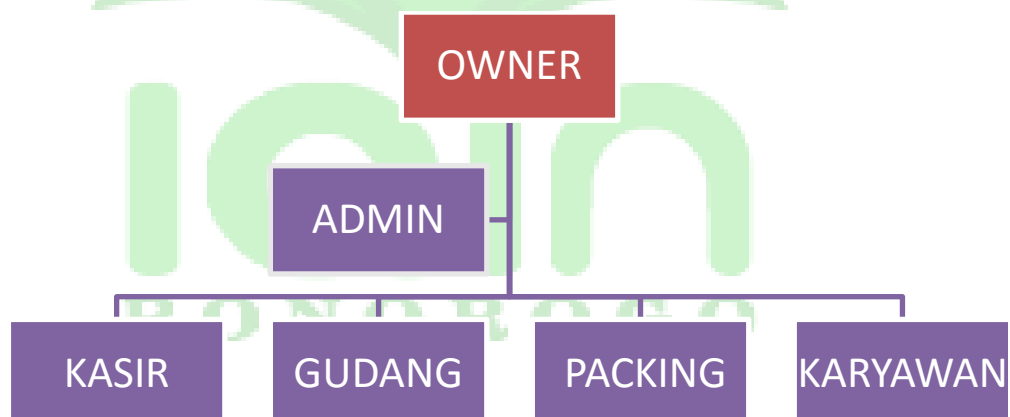
Dalam memulai usaha ini sebelumnya pemilik berbekal pengalaman bisnis sebagai *dropshipper* dengan memanfaatkan media marketplace yaitu shopee dengan modal seadanya pada saat itu menggunakan metode *cash on delivery (COD)* dengan sistem melayani pesanan yang diinginkan pembeli, memberikannya secara langsung

ketika barang tersedia sesuai jadwal yang telah di sepakati kedua belah pihak. Usaha ini kian hari mulai berkembang diawal puncak *pandemic Covid-19* usaha ini mengalami berkembang pesat berkat permintaan melonjak atas produk salah satunya masker hingga mempunyai toko offline pertama beralamatkan di Jl Parang Kembang No.32 Ponorogo. Usaha ramai dikunjungi oleh para pembeli sehingga mendirikan toko kedua tahun 2020 beralamatkan di Perumnas Asabri Pijeran, Tumang Lor, Samping, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur (63471). Melihat situasi toko semakin hari kian meningkat jumlah pengunjung dan barang yang dijual lebih beragam menjadikan tempat kurang luas tidak banyak mencangkup pembeli maka dari itu pemilik memindahkan toko cabang kembali tahun 2022 beralamatkan di JL Ki Ageng Kutu (siman-jetis) timur jalan +/- 500m dari toko cabang kedua.⁵⁹

2. Struktur Organisasi

Gambar 3.1

Struktur Organisasi Pada @Ponorogo_Olshopmurah



⁵⁹ Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022

Dalam menjalankan segala aktivitas berusaha pasti perlunya struktur organisasi yang berupaya sebagai proses pengendalian usaha menjadi lebih teratur dan berjalan dengan lancar dan baik. Hal ini dapat digambarkan mengenai struktur organisasi usaha ini secara tersirat dalam wawancara dengan pemilik usaha Ponorogo_Olshopmurah dapat dilihat pada gambar yang telah disajikan. Hasil observasi didapatkan data, usaha milik Ponorogo_Olshopmurah belum ada struktur organisasi tertulis, Prosedur jam kerja pada toko Ponorogo_Olshopmurah dilakukan per-*shift* guna mempermudah kinerja dalam melayani konsumen. Jam operasional kerja dimulai 09.00 – 20.30.⁶⁰

3. Job deskripsi

Dalam menjalankan aktivitas usaha hal paling terpenting adanya job deskripsi yang mana akan sangat membantu sebagai acuan para pekerja dalam menentukan tugas terkait pekerjaannya.

- a. Pemilik (*owner*) : Zefrian Nugraha dan Chorlenia Nindia Alkhoiri
Bertugas mengontrol kinerja usahanya keseluruhan serta memiliki wewenang dan tanggung jawab penuh dalam aktivitas bisnis.
- b. Admin : Siska (A. Instagram), Nanda (A. Shopee) dan Luluk (A. WhatsApp)

⁶⁰ *Ibid.*,

Bertugas memberikan informasi terkait produk terbaru dengan media online, melakukan pelayanan yang ramah dan mengedukasi konsumen terkait produk yang dijual guna promosi.

c. Bag. Keuangan : Fara, Nidya, dan Davita

Bertugas melayani dan mencatat pembayaran dalam proses transaksi setiap penjualan.

d. Bag. Gudang : Supini

Bertugas melakukan pendataan stok, barang masuk, dan keluar serta memastikan barang yang didistribusikan secara lancar dan melakukan pelaporan terkait pendataan barang.

e. Bag. Packing : Nidya dan Devita

Bertugas melakukan pengemasan barang untuk didistribusikan di konsumen serta membantu segala aktivitas operasional toko agar berjalan dengan lancar.

f. Karyawan : Iqsan

Bertugas memindahkan barang datang serta majang barang dagang dengan penataan rapi guna menarik pelanggan dengan suasana toko yang nyaman serta melindungi kerusakan barang di toko.⁶¹

4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di toko cabang kedua yang beralamatkan Perumnas Asabri Pijeran, Tumang Lor, Samping, Kab. Ponorogo, Jawa Timur (63471). Peneliti melakukan observasi dan

⁶¹ Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

wawancara kepada pemilik toko Ponorogo_Olshopmurah guna bertujuan untuk mengumpulkan data dan sumber data pada penelitian serta dianalisis sesuai dengan rumusan masalah yang diteliti.⁶²

B. Hasil penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti memilih penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penentuan harga produk masker pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi dan wawancara. Observasi ini dilakukan pada tanggal 27 Mei 2022 dengan proses pengamatan secara langsung guna menggali informasi secara mendalam serta wawancara secara langsung dilapangan terkait subjek penelitian kepada lima responden yaitu *owner*, dua karyawan dan dua konsumen dari Ponorogo_Olshopmurah. Pada tanggal 31 Mei 2022 peneliti mendatangi toko cabang kedua Ponorogo_Olshopmurah untuk melakukan wawancara terkait penelitian yang diangkat. Peneliti didampingi teman seperantara dari IAIN Ponorogo yang bertindak sebagai pengamat. Sebelum melakukan wawancara kami mengamati keseluruhan aktivitas yang dilakukan karyawan dan konsumen di toko @Ponorogo_Olshopmurah. Peneliti disini ingin menyampaikan apa saja yang diteliti serta wawancara yang dihasilkan dari narasumber sebagai berikut:

⁶² *Ibid.*,

1. Mekanisme Penentuan Harga Jual Masker

Ponorogo_Olshopmurah

a. Penentuan Produk

Pemilihan produk merupakan hal terpenting karena mayoritas masyarakat cenderung memilih produk yang berkualitas, dapat menyediakan kebutuhan konsumen dengan diikuti pelayanan yang baik guna mendapatkan suatu image dibenak konsumen dan berhasil dalam menarik masyarakat. Dari hasil pemilihan produk yang tepat sasaran akan menghasilkan output yang menguntungkan bagi usaha yang sedang dijalankan. Untuk lebih jelasnya mengenai pemilihan produk menurut pemilik (*owner*) dalam penelitian ini, peneliti sajikan hasil wawancara tentang pertanyaan mengenai masker yang dijual serta cara pemilihan produk dengan mengategorikan produk yang mana disajikan tabel dibawah ini:

Tabel 3.2

Daftar Harga Masker @Ponorogo_Olshopmurah

| Jenis Masker | Harga |
|-----------------------------------|------------|
| Dukbill Putih (50 pcs) | Rp. 10.500 |
| Dukbill Hitam (50 pcs) | Rp. 10.500 |
| Dukbill Full Color Warna (50 pcs) | Rp. 21.500 |
| Dukbill Gradasi Series (50 pcs) | Rp. 21.500 |

| | |
|---|-----------|
| Dukbill Wxdarna (10pcs) | Rp. 7.500 |
| Dukbill Hybride (10pcs) | Rp. 9.000 |
| KF94 Warna (Careion, We Mask, Filtcare) | Rp. 7.500 |
| KF94 Hitam & Putih | Rp. 6.500 |
| KF94 Anak | Rp. 7.000 |
| KN95 Warna | Rp. 8.000 |
| KN95 Pro Warna | Rp. 7.000 |

Berdasarkan hasil wawancara tentang pertanyaan mengenai dari berbagai macam pilihan produk masker yang dijual, jenis produk masker apa yang paling laku penjualannya? bagaimana tingkat *durability* (daya tahan) produk yang anda jual?

Hasil wawancara yang diperoleh, menurut Chorlenia selaku *owner*, seperti berikut:

“Diantara produk masker yang kami jual disini, masker yang paling laku keras jenis dukbill dan Kf94 mbak. Untuk ketahanan masker yaaa.. awet dan tahan lama mbak, soalnya produk masker sendiri nggak punya batasan waktu berbeda seperti kosmetik dan skincare yang punya *expired*. Untuk pemakaiannya bisa digunakan 1-2 kali itu pun juga tergantung bahan atau jenis masker yang dipilih.”⁶³

Hal ini juga disampaikan oleh Siska selaku admin toko menyatakan “Untuk konsumen disini khususnya member sih yang

⁶³ Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

kebanyakan sering menanyakan stok masker dukbill mbak, biasanya diburu anak sekolahan tetapi juga tidak kalah peminat kedua terbanyak yg dicari konsumen masker model KF94”.⁶⁴

Dalam pemilihan produk yang di Ponorogo_Olshopmurah dalam menjual produk masker memang lebih unggul karena menyediakan varian terlengkap diantara toko pesaing lainnya. Produk masker yang dijual sudah berstandart dan memiliki manfaat untuk mengatasi masalah kesehatan meskipun produk ini tergolong jenis non-medis namun jika digunakan memberi keamanan dan kenyamanan bagi pemakainya.

b. Cara penetapan harga barang di Ponorogo_Olshopmurah

Berdasarkan wawancara hasil dari pertanyaan mengenai bagaimana alur/cara dalam penentuan harga produk masker yang dijual. Dalam penentuan harga jual masker pada Ponorogo_Olshopmurah dapat dilakukan beberapa aspek, diantaranya:

1) Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Hasil wawancara yang diperoleh, menurut Chorlenia selaku *owner*, seperti berikut:

“Untuk memulai usaha ini modal sekitar 2 gigit dari tabungan kita berdua pada saat itu. Sebetulnya untuk modal nggak harus banyak yang penting bisa memutar modal agar usaha bisa terus berjalan dan tetap stabil diterpa apapun. Cara penentuan harganya pada umumnya sih mbak nggak jauh beda, kita beli dari

⁶⁴ Siska, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

distributor kemudian kita ditambahkan laba sedikit aja. Jadi, semua sudah diperhitungkan mbak, dalam pembelian produk masker disini berskala besar yang otomatis dapat mengurangi biaya operasional. Dalam perputaran modal bisa lancar ya kalo penjualan laku keras yang terpenting bisa imbang jadi cepat balik modal, meskipun untung dikit tapi perputaran barang cepat”.⁶⁵

Dalam penentuan harga, Ponorogo_Olshopmurah sudah melakukan pertimbangan secara matang terkait modal awal yang dikeluarkan, biaya oprasional yang bebankan, serta mengambil keuntungan setiap produk yang dijual sudah masuk dalam proses perhitungan.

2) Metode Penetapan Harga Berbasis Kebutuhan/Keinginan

Hasil wawancara yang diperoleh, menurut Chorlenia selaku owner, seperti berikut:

“Memang kita jual harga murah mbak, tapi untuk produk yang kita pilih sangat memperhatikan kualitas bahan masker yang kami jual yang mana menyesuaikan standart dipasaran,tentu diikuti dengan manfaat yang dibutuhkan bagi masyarakat bukan berarti harga murah dengan kualitas buruk tidak”.⁶⁶

Hal ini juga disampaikan oleh Vania (20) selaku konsumen di Ponorogo_Olshopmurah, “Ya, selama berlangganan ditoko Olshop murah ini, memang untuk harga jualnya relatif miring dari pada toko lainnya mbak, kalo untuk kualitas barangnya dikatakan sudah sebanding sih kak. Tapi semakin kesini untuk produk masker yang dijual saya rasa

⁶⁵ Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

⁶⁶ Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

mengalami penurunan kualitas bahan, yang dulunya saya membeli produk masker dengan bahan yang tebal sekarang bahannya tipis dengan merek yang sama pada saat itu saya beli.”⁶⁷

Dalam penentuan harga, Ponorogo_Olshopmurah sangat memperhatikan kesesuaian harga yang dibandrol murah dengan kualitas produk yang dijual standart diikuti dengan manfaat bagi pengguna. Namun, ada beberapa hal ini dapat menjadikan pertimbangan bagi para konsumen karena masyarakat cenderung menyukai dan memilih produk yang memberikan kualitas baik didorong dengan harga yang *worth it*.

3) Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Hasil wawancara yang diperoleh, menurut Chorlenia selaku owner, seperti berikut:

“Kami tidak terlalu mengikuti harga pasaran masker disekitar, namun patokan saya melihat harga pasaran di markerplace yang cenderung cepat berubah, untuk selisih harga miring pada produk yang dijual disini karena saya berani ambil produk masker banyak tentu secara harga saya jauh lebih miring karena sudah dapat lahan daripada toko lainnya.”⁶⁸

Dalam penentuan harga, Ponorogo_Olshopmurah untuk penerapannya belum sesuai, yang mana dalam penentuan harga pemilik tidak melihat harga dari para pesaingnya terdahulu.

⁶⁷ Vania, *Wawancara*, 4 Juni 2022.

⁶⁸ Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

Hal ini ditunjukkan dalam harga jual masker selisih harga jauh berbeda yang mana Ponorogo_Olshopmurah berani membandrol harga murah dibandingkan pesaing.

4) Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Hasil wawancara yang diperoleh, menurut Chorlenia selaku owner, seperti berikut:

“Sebelum menentukan harga kami sudah melakukan survey di marketplace namun tidak melihat harga pasaran masker di toko lainnya mbak, memang dalam harga disini bisa unggul murah ya memang upaya strategi market untuk para konsumen.”⁶⁹

Hal ini juga disampaikan oleh Siska selaku admin toko menyatakan “Pastinya melakukan survey dulu mbak, tapi untuk penentuan harga yang lebih tau ownernya langsung, tp menurut saya ditoko ini berani menjual harga murah, ya.. karena kita memperoleh barang dari distributor langsung dan dalam pembelian masker disini skala besar jadi kita dapat harga jauh lebih miring.”⁷⁰

Dalam penentuan harga Ponorogo_Olshopmurah dalam proses penentuan harga jual tidak menyesuaikan harga standart dipasaran lainnya, tetapi berdasarkan pertimbangan dari pemiliknya secara langsung dengan membandrol harga termurah. Harga yang ditetapkan jauh berbeda dari harga pesaing dipasaran.

⁶⁹ Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

⁷⁰ Siska, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

c. Faktor Penentuan Harga Jual Masker di Ponorogo_Olshopmurah

Berdasarkan wawancara hasil dari pertanyaan mengenai penentuan harga *low price* apa tidak mengalami kerugian? Apakah biaya operasional sudah terpenuhi?

Hasil wawancara yang diperoleh, menurut Chorlenia selaku owner, seperti berikut:

“Alhamdulillah nggak rugi mbak, disini kita jual murah sudah dapat untung meskipun sedikit yang penting bisa jalan. Dan syukurnya bisa juga membantu para seller yang kecil untuk dijual lagi. Biaya oprasional juga sudah diperhitungkan saya rasa tidak mengalami kerugian selama sudah tercover dengan penjualan yang meningkat.”⁷¹

Hal ini juga disampaikan oleh Fara selaku kasir toko menyatakan “Masalah untung/rugi itu saya kurang tahu karena setiap pendapatan yang masuk di sistem dan itu diluar kendali saya untuk memantau untung/ruginya mbak, dan yang bertanggung jawab dalam urusan penentuan harga ownernya langsung yaitu zefrian sama nia, tapi kalo menurut saya untuk mengalami kerugian saya rasa tidak ada selama penjualan seimbang.”⁷²

Dalam penentuan harga produk masker di Ponorogo_Olshopmurah dapat diketahui bahwa untuk biaya operasional sudah diperhitungkan secara matang dengan segala beban biaya operasional yang sudah dikeluarkan. Hal ini sebanding dengan penjualan masker yang meningkat secara otomatis untuk kemungkinan kerugian terkecil sudah

⁷¹ Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

⁷² Fara, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

tercover. Terlebih untuk penjual dalam pengambilan keuntungan tidak terlalu banyak, dengan harga murah memang sengaja agar bisa memberikan peluang bagi para reseller untuk diperjualbelikan kembali.

Berdasarkan wawancara hasil dari pertanyaan mengenai apakah dengan penentuan harga *low price* pada produk masker kualitas yang dijual berbeda yang dijual pasaran? Apa yang menjadikan keunikan produk masker yang dijual disini?

Hasil wawancara yang diperoleh, menurut Chorlenia selaku owner, seperti berikut:

“Sebenarnya tidak ada perbedaan kualitas produk dengan produk yang dijual toko lainnya mbak, kami menjual produk dengan kualitas sesuai standart yang dibutuhkan konsumen, mungkin produk masker yang dijual disini bisa unggul dari bervariasi model dan mereknya dan harga jual cenderung lebih murah yang kita sudah tetapkan dengan membandrol harga segitu.”⁷³

Dalam penentuan harga produk masker di Ponorogo_Olshopmurah dapat diketahui bahwa kualitas masker standart sebanding yang dijual di toko lainnya namun di toko ini berbeda dalam penentuan harga dibawah harga ditoko lainnya dan masker yang dijual tergolong bervariasi jenis dan mereknya. Hal ini menjadikan toko ini unggul dari para pesaingnya.

Berdasarkan wawancara hasil dari pertanyaan mengenai apakah dalam kategori (variasi, merek, design) produk masker yang dijual mempengaruhi harga jual masker?

⁷³ Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

Hasil wawancara yang diperoleh, menurut Chorlenia selaku owner, seperti berikut:

“Berbeda mbak harganya setiap produk, yang mana dibedakan dengan jenisnya, isinya, bahannya, dan desainnya juga mempengaruhi kegunaan pada pemakainya. Dari sekian banyaknya produk masker yang dijual disini yang paling cenderung memiliki harga yang agak lumayan merek mouson kita menjual diharga 10.000/10pcs jenis KF94 pasti sudah jelas dari kualitas bahan unggul dari pada jenis KF94 merek lainnya contohnya seperti Wemask diharga 7.500/10pcs nya.”⁷⁴

Hal ini juga disampaikan oleh Siska selaku admin toko menyatakan “Iya, soalnya setiap konsumen yang membeli masker disini kebutuhannya berbeda-beda mbak. Menurut saya, peminat masker terbanyak jenis dukbill dengan design simple biasanya jadi incaran anak sekolah karena harga jauh lebih ekonomis dan isinya banyak, berbeda dengan jenis KF94, KN95 dan lainnya juga peminatnya banyak kedua dengan design yang *stylish* cocok digunakan disegala acara dengan berbagai pilihan warna juga yang dijual disini.”⁷⁵

Dalam penentuan harga produk masker di Ponorogo_Olshopmurah dapat diketahui bahwa penentuan harga dibedakan dari kategori berdasarkan variasi, merek, design yang mana secara otomatis berbeda dari segi harganya setiap produk masker karena dari merek sendiri akan membawa kualitas. Sedangkan variasi dan design produk masker yang pasti disesuaikan dengan kebutuhan dan minat konsumen.

⁷⁴ Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

⁷⁵ Siska, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

Berdasarkan wawancara hasil dari pertanyaan mengenai kisaran berapa jumlah konsumen perharinya yang datang ke toko beserta jumlah produk masker yang terjual?

Hasil wawancara yang diperoleh, menurut Chorlenia selaku owner, seperti berikut:

“Waduh, untuk lebih detail intensitas pengunjung yang datang setiap harinya berbeda, tapi untuk perkiraan masker yang terjual sekitar 500-700 pcs perharinya. Jadi toko kami tidak hanya melayani eceran saja mbak, tapi melayani grosir dengan harga berbeda juga jadi untuk skala penjualan perharinya produk masker lumayan.”⁷⁶

Hal ini juga disampaikan oleh Fara selaku kasir toko menyatakan “Pengunjung yang datang di toko setiap harinya untuk perkiraan aja ya mbak, lebih dari ratusan orang silih bergantinya waktu bahkan sampai antri ketika weekend yaitu pada hari jumat, sabtu, minggu (jusami), namun dengan pembelian produk lainnya tidak hanya masker. Tapi untuk penjualan masker pasti laku keras sampai terjual terbanyak hingga ribuan pcs perharinya, apalagi pas peningkatan *covid-19* pada saat itu.”⁷⁷

Dalam penentuan harga produk masker di @Ponorogo_Olshopmurah dapat diketahui bahwa antusias konsumen khususnya ponorogo dalam daya beli masker sangat kuat yang mana produk masker bisa terjual 500-700 pcs perharinya. Hal ini dapat dilihat adanya peningkatan pengunjung ketika pada saat weekend pada hari jumat, sabtu, minggu

⁷⁶ Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

⁷⁷ Fara, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

(jusami). Bahkan penjualan masker laku keras sampai penjualan terbanyak hingga ribuan pcs perharinya ketika *covid-19*.

Berdasarkan wawancara hasil dari pertanyaan mengenai omzet yang didapatkan atas penjualan produk masker perbulannya?

Hasil wawancara yang diperoleh, menurut Chorlenia selaku owner, seperti berikut:

“Untuk omzet penjualan sebenarnya tiap harinya nggak menentu mbak ada naik turunnya pendapatan toko, tapi rata-rata omzet yang didapatkan sekitar 20jt perbulannya dengan rata-rata masker yang terjual perharinya 500-700 pcs bahkan bisa lebih penjualannya.”⁷⁸

Dalam penentuan harga produk masker di Ponorogo_Olshopmurah dapat diketahui omzet yang dihasilkan rata-rata sekitar 20jt perbulannya. Yang mana diketahui dalam rata-rata penjualan masker perharinya dari yang paling minim 500-1000/pcs terjual perharinya.

2. Dampak Internal dan Eksternal Penentuan Harga Jual Masker pada Bisnis Online Ponorogo_Olshopmurah

Berdasarkan wawancara hasil dari pertanyaan mengenai permintaan produk masker yang dijual apa berdampak terhadap peningkatan penjualan? Dan apakah gaya hidup (*lifestyle*) konsumen mempengaruhi pola permintaan produk masker pada bisnis @Ponorogo_Olshopmurah?

Hasil wawancara yang diperoleh, menurut Chorlenia selaku owner, seperti berikut:

⁷⁸ Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

“Tentu mbak sangat berpengaruh jika daya beli konsumen meningkat pasti penjualan ikut meningkat. Sejak adanya covid-19 toko kami diuntungkan dengan adanya lonjakan permintaan akan masker pada saat itu sampai saat ini pun bukan saja suatu kewajiban dalam penggunaan masker melainkan sudah menjadikan kebiasaan. Buktinya meskipun sudah diperbolehkan tanpa penggunaan masker, namun di toko kami tidak adanya pengurangan akan permintaan masker. Namun untuk tingkat penjualan tidak sebesar pada waktu covid-19”.⁷⁹

Hal ini juga disampaikan oleh Siska selaku admin toko menyatakan “Yang saya amati, pasti berpengaruh dilihat dari permintaan masker ditoko ini masih ada aja peminatnya sih mbak, mungkin sudah menjadikan kebiasaan tidak bisa lepas dalam penggunaan masker. Jadi produk ini masih laku keras ditoko kami.”⁸⁰ Hal ini diperkuat oleh Ailsya Mayang (23) selaku pelanggan toko menyatakan “Menurut saya memang masker sekarang bukan lagi suatu kewajiban mbak, tapi bagi saya sudah menjadi kebiasaan yang tidak bisa lepas ketika berpergian. Kalau tidak pakai pun saya sendiri malah kurang nyaman. Dan alasan saya berlangganan ditoko ini ya karena masker disini banyak modelnya dan harganya miring makannya lebih memilih disini dari pada toko lainnya.”⁸¹

Dalam penentuan harga produk masker di @Ponorogo_Olshopmurah dapat diketahui lonjakan permintaan akan produk masker pada saat *covid-19* sampai saat ini berdampak pada meningkatnya volume penjualan di toko. Permintaan akan masker bukan hanya dipengaruhi dari daya beli masyarakat saja melainkan produk masker sudah jadi

⁷⁹ Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

⁸⁰ Siska, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

⁸¹ Ailsya Mayang, *Wawancara*, 4 Juni 2022.

lifestyle. Hal ini dapat diamati dari kebutuhan akan masker bukan saja untuk mengatasi masalah kesehatan melainkan sudah menjadikan suatu kebiasaan yang tidak bisa dilepas di segala aktifitas masyarakat. Berdasarkan wawancara hasil dari pertanyaan mengenai fenomena yang terjadi, apa yang menjadikan alasan pemilik tetap bertahan ditengah tantangan bisnis disekitar yang mana mayoritas pesaing bisnis menjual produk yang sejenis dengan bisnis anda?

Hasil wawancara yang diperoleh, menurut Chorlenia selaku owner, seperti berikut:

“Yaa, namanya juga bisnis pasti ada jatuh bangunnya, alasan bertahan ya pasti ingin usahanya berhasil bisa berkembang dengan membuka cabang dimana-mana dan dikenal masyarakat dengan citra yang berbeda yang pasti untuk produk yang dijual disesuaikan dengan minat dan tren di masyarakat.”⁸²

Dalam penentuan harga produk masker di @Ponorogo_Olshopmurah dapat diketahui bisnis yang sedang dijalankan pasti memiliki target agar dikenal oleh masyarakat. Yang menjadikan pembeda dalam bisnis ini mampu menarik citra dimasyarakat dengan harga murah dalam penjualan produknya. Dari ciri khas ini akan mendapatkan *value* pada usaha dan yang akan membedakan dengan pesaing.

Berdasarkan wawancara hasil dari pertanyaan mengenai dari permintaan produk masker yang melonjak apakah menjadikan peningkatan keuntungan dan jumlah konsumen di Ponorogo_olshopmurah?

⁸² Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

Hasil wawancara yang diperoleh, menurut Chorlenia selaku owner, sebagai berikut:

“Iya mbak, secara tidak langsung berkat lonjakan permintaan produk di toko kami salah satunya masker pada saat covid-19 sampe saat ini jumlah konsumen terus bertambah, baik offline atau online dari pengikut instagram saja sudah mencapai 73,9 RB *followers*. Kalo keuntungan jangan ditanya mbak hehehe, pasti mengikuti tapi kami berusaha untuk mempertahankan harga jual produk ditoko kami dengan harga terjangkau dan murah dibandingkan pesaing lainnya.”⁸³

Hal ini juga disampaikan oleh Siska selaku admin toko menyatakan “Meningkat secara signifikan mbak, pada saat puncak *covid-19* syukur alhamdulillah banjir orderan terus sampai kewalahan admin dan karyawan lainnya. Klo omset pasti naik, sebisa kami berusaha untuk memenuhi permintaan masker masyarakat sampai saat ini mbak.”⁸⁴

Dalam penentuan harga produk masker di Ponorogo_Olshopmurah dapat diketahui ada lonjakan akan permintaan produk masker pada saat *covid-19* yang mana berdampak pada meningkatnya omzet secara signifikan mencapai 20jt perbulan serta diikuti dengan jumlah konsumen yang meningkat yang mana pengikut instagram mencapai 75,9 RB *followers* dengan rata-rata *viewers instastory* mencapai ribuan penonton perjamnya. Hal dapat dikatakan bahwa peningkatan jumlah konsumen Ponorogo_Olshopmurah bukan saja dikawasan karisidenan madiun melainkan luar kota juga melihat fenomena di era gencarnya media sosial sebagai media promosi yang efektif.

⁸³ Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

⁸⁴ Siska, *Wawancara*, 31 Mei 2022.

BAB IV

ANALISIS MEKANISME PENENTUAN HARGA MASKER

Bab ini, penulis akan memaparkan dan menjawab secara keseluruhan terkait beberapa data yang sudah ditemukan mengenai mekanisme penentuan harga jual masker dan dampak internal dan eksternal dari penentuan harga jual masker pada Ponorogo_Olshopmurah. Peneliti berangkat dari fenomena yang terjadi dilapangan, penulis ingin mendiskripsikan data-data yang telah penulis dan temukan berdasarkan analisis serta diperkuat dengan teori-teori yang sudah ada sebelumnya.

A. Mekanisme Penentuan Harga Jual Masker @Ponorogo_Olshopmurah

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Keller harga merupakan elemen termudah yang dapat mengkomunikasikan *positioning* nilai atau citra pada barang/jasa sebagai tolak ukur keberhasilan dalam upaya pemasaran yang dapat diimbangi dengan adanya produk, saluran, dan komunikasi dengan kurun waktu yang ditentukan agar mencapai keberhasilan. Dari pendapat para ahli diatas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan nilai suatu barang dan jasa yang besarnya nilai barang atau jasa akan mempengaruhi tingkat harga itu sendiri. Berdasarkan hasil penelitian dan paparan data diatas serta dibandingkan dengan teori yang *relevan*, maka dapat dijelaskan hasil dari

penelitian berupa mekanisme penentuan harga produk masker yang diterapkan oleh Ponorogo_Olshopmurah diantaranya:

a. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Metode penentuan harga yang diterapkan pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah ini menggunakan metode yang paling sederhana dan banyak digunakan oleh para pelaku usaha lainnya. Dalam penentuan harga, penjual membandrol harga didasarkan dari keseluruhan total biaya yang dibebankan untuk biaya operasional produk dengan menambahkan sejumlah presentase tertentu guna mendapatkan keuntungan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa dalam penentuan harga jual masker pada Ponorogo_Olshopmurah dengan menggunakan metode *mark-up pricing* dengan mematok harga beli produk dari pabrik atau distributor dengan menambahkan sejumlah laba tertentu. Bisnis online ini mendapatkan produk secara langsung dan menjadi tangan pertama dalam perdistribusian karena melakukan pembelian produk dengan jumlah yang besar.

Berdasarkan hasil analisis peneliti, bisnis online ini dalam metode penentuan harga sudah sesuai dengan prosedur pada umumnya, harga produk masker yang ditentukan penjual dengan harga murah telah dipertimbangkan secara matang terkait modal awal yang dikeluarkan, biaya oprasional yang bebankan, serta pengambilan keuntungan disetiap produk yang dijual sudah masuk

dalam proses perhitungan. Hal yang menjadikan penjual berani menentukan harga murah disetiap produknya karena penjual mendapatkan barang secara langsung dari distributor yang menjadikan peluang penjual mendapatkan harga jauh lebih terjangkau dari harga yang dijual dipasaran.

b. Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Metode penentuan harga yang diterapkan pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah ini merupakan metode dengan menerapkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi selera dan permintaan konsumen itu sendiri yang didasarkan pada berbagai pertimbangan yang matang. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui penentuan harga di Ponorogo_Olshopmurah penjual berani membandrol harga murah jauh berbeda dibawah harga standart dipasaran guna mendapatkan penjualan meningkat dengan melihat peluang permintaan masker yang sedang melojak pada saat pandemi *Covid-19* atau biasa disebut dengan metode *Penetration Pricing*. Berdasarkan hasil analisis peneliti, bisnis online ini dalam metode penentuan harga sudah sesuai dengan prosedur yang mana harga murah merupakan salah satu strategi menarik *value* atau citra dibenak konsumen serta para pesaing lainnya sesuai dengan peran harga itu sendiri.

Dalam penentuan harga jual produk masker pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah dapat dilihat kesesuaian harga *low price* dengan

produk yang dijual. Menurut teori dari Kotler, terdapat enam indikator yang mencirikan harga. Keenam indikator tersebut sebagai berikut:

a. Keterjangkauan harga

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa dalam penentuan harga jual masker pada Ponorogo_Olshopmurah sudah memenuhi keterjangkauan harga yang telah mencakupi semua kalangan sesuai dengan target pasar yang dipilih. Hal ini dibuktikan, sejak awal peluncuran adanya *branding* harga murah pada Ponorogo_Olshopmurah dilakukan sebagai upaya meraih loyalitas serta persepsi bagi konsumen yang telah melakukan pembelian sebagai pembuktian terkait harga tersebut. Berdasarkan hasil analisis peneliti, bisnis online ini menggunakan strategi dalam menurunkan harga produk bertujuan mempercepat proses perputaran pergerakan uang dan barang serta dalam pengambilan keuntungan juga tidak banyak, jadi tidak heran banyak konsumen yang tertarik membeli dengan harga murah yang dijual di toko ini. Dari usaha ini, secara otomatis akan memberikan kontribusi terhadap adanya peningkatan penjualan produk di toko tersebut.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa dalam penentuan harga jual masker pada Ponorogo_Olshopmurah sudah memenuhi berdasarkan besarnya harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kualitas produk

masker yang dijual ditoko tersebut. Berdasarkan hasil analisis peneliti, bisnis online ini meskipun harga yang ditawarkan dibawah harga rata-rata dari pesaingnya, namun dapat dibuktikan unggul dari segi kualitas produk dan lebih bervariasi jenis masker yang dijual dipasaran serta berbeda dengan para pesaingnya

c. Daya saing harga

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa dalam penentuan harga jual masker pada Ponorogo_Olshopmurah menjual harga dibawah rata-rata pasar. Berdasarkan hasil analisis peneliti daya saing harga unggul dari pesaing lainnya namun harga bukan jaminan kepuasan bagi konsumen jika tidak disandingkan dengan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen.

d. Kesesuaian harga dan manfaat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa dalam penentuan harga jual masker pada Ponorogo_Olshopmurah sudah memenuhi kesesuaian harga dan manfaat bagi pengguna produk masker. Berdasarkan hasil analisis peneliti bisnis online ini diketahui, beberapa konsumen merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat dari penggunaan produk yang mereka tawarkan seperti halnya dari segi kesehatan dan materi sudah sebanding dengan nilai yang mereka keluarkan.

e. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa dalam penentuan harga jual masker pada Ponorogo_Olshopmurah dapat mempengaruhi minat beli pada konsumen. Kejadian ini dikarenakan saat meningkatnya permintaan konsumen atas produk dan melimpahnya ketersediaan barang akan menimbulkan persaingan yang ketat dimana penjual berlomba-lomba menarik minat konsumen dengan menerapkan strategi harga murah agar produknya laris terjual. Berdasarkan hasil analisis peneliti, kebanyakan konsumen dari toko ini cenderung tergiur dengan harga yang murah dengan kualitas sesuai dengan manfaat didapatkan. Setelah merasakan kepuasan, konsumen juga cenderung lebih mengambil keputusan untuk melakukan *repeat order*. Begitupun jika harga tidak sesuai, konsumen akan cenderung mengambil keputusan untuk tidak membeli kembali.

f. Pengaruh distributor

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa dalam penentuan harga jual masker pada @Ponorogo_Olshopmurah dipengaruhi oleh adanya peran dari distributor. Penjual disini menjadi tangan pertama pendistribusian dan mendapatkan produk secara langsung karena melakukan pembelian produk dengan jumlah besar. Berdasarkan hasil analisis peneliti, bisnis online adanya peran distributor penjual berani menjual harga relatif murah dibandingkan dengan pesaingnya karena penjual mendapatkan harga rendah dari agen atau distributor. Disamping penjual melakukan

penentuan harga mereka juga menawarkan harga terbaik bagi para *reseller* yang mengambil produk di toko tersebut.

Dapat kita ketahui, adanya pandemi *Covid-19* bahkan sampai masa pasca pemulihannya berpengaruh terhadap sektor perekonomian yang mana mengalami kenaikan atau penurunan daya beli pada masyarakat. Hal ini dapat dilihat adanya perubahan aktivitas masyarakat diantaranya terkait penggunaan produk masker di segala kegiatan baik pada saat pandemi sampai pasca pemulihan *Covid-19* setiap saat yang sudah menjadikan *lifestyle* dan trend di tengah masyarakat. Dari aktivitas tersebut kebutuhan masyarakat akan produk masker cenderung meningkat. Terbukti dari situasi tersebut, produk masker masih digemari di semua kalangan yang menjadikan peluang bagi para penjual untuk bersaing dalam berdagang khususnya dalam hal penentuan harga jual produk masker yang beranekaragam jenis. Penentuan harga juga sangat mempengaruhi posisi dan pendapatan bagi usaha itu sendiri, tatkala juga dapat mempengaruhi persepsi pembeli dalam menilai mutu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dapat disimpulkan, konsep pedagang yang adil dalam islam adalah pedagang yang tidak menzalimi, tidak dizalimi, atau tidak merugikan salah satu pihak atau tidak ada keterpaksaan didalamnya. Jual beli yang baik tidak hanya didasari untuk mendapatkan keuntungan saja, melainkan diharapkan dengan adanya keuntungan dan keberkahan dapat menjadikan pahala ibadah dalam mendekatkan diri kepada Allah SWT. Penentuan

harga tidaklah dilarang dalam islam, selama tidak ada pihak yang dirugikan dan masih dalam batas normal. Penentuan harga yang dilarang jika harga yang ditentukan menimbulkan kedzaliman bagi pembeli dengan menetapkan keuntungan yang tidak wajar. Dari hasil penelitian, penentuan harga jual murah boleh dilakukan selama tidak ada yang merasa terdzalimi atau mengalami kerugian sepenuhnya yang mana mematikan harga pasar terutama juga tidak untuk menyingkirkan para pedagang lain disekitar. Namun bila dalam penentuan harga jual dapat merugikan pedagang yang lain disekitar mengalami gulung tikar akibat adanya salah satu toko dengan sengaja mematikan harga pasar demi menyingkirkan pedagang yang lain itu tidak diperbolehkan. Hasil dari analisis peneliti penentuan harga jual produk masker yang dilakukan pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah ini tidak mengandung unsur kedzaliman dimana antara kedua belah pihak tidak dirugikan dan tidak melakukan jual rugi demi menguasai pasar, serta tidak ada pihak (pedagang sekitar) yang merasa tersingkirkan karena adanya diskriminasi harga. Karena dari hal ini konsumen cenderung akan jauh lebih memilih membeli produk harga yang murah dengan kualitas yang sebanding dengan para pesaing lainnya. Dalam penentuan harga pada masker yang dilakukan oleh @Ponorogo_Olshopmurah masih wajar tidak ada pihak yang dirugikan maka sah dan diperbolehkan karena hanya sebagai upaya strategi berdagang sehingga mekanisme penentuan harga yang ada di @Ponorogo_Olshopmurah tidak bertentangan dengan ekonomi islam.

B. Dampak Internal dan Eksternal Penentuan Harga Produk Masker Pada Bisnis Online Ponorogo_Olshopmurah

Pandemi *covid-19* menyebabkan masyarakat harus bisa menyesuaikan dengan keadaan dan kebiasaan yang baru, dimana semua kegiatan yang dilakukan sehari-hari dengan normal dialihkan dengan daring. Dari keadaan pandemi *covid-19* pelaku usaha mendapatkan dampak internal dan eksternal dari adanya *covid-19* yang mana diuntungkan atas peningkatan jumlah penjualan dengan strategi *quality* yang mana dapat menurunkan biaya operasional. Strategi ini digunakan penjual dengan menurunkan harga jual dibawah rata-rata harga pasar upaya penjual bermain harga dengan jumlah barang yang dimilikinya diharapkan penjualan barang akan laku keras dan mempercepat perputaran uang dengan harga murah. Terkadang, cara ini dilakukan penjual dengan tidak memperdulikan keuntungan menjadi faktor yang utama, melainkan faktor utama ketika barang habis terjual dan mendapatkan citra dibenak konsumen. Peningkatan penjualan pun diikuti dengan bertambahnya jumlah konsumen yang bertambah setiap harinya.

Peranan harga yang ditentukan oleh pelaku usaha turut dalam menentukan peningkatan volume penjualan yang mana dapat mengatur besaran laba sendiri. Harga yang ditentukan pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah merupakan suatu cara memperkuat *positioning* produk yang dijual ditoko ini agar mendapatkan persepsi pembeli sebagai produk yang berkualitas untuk memenangkan persaingan dengan produk

lain yang sejenis. Harga juga dapat menentukan citra sebuah produk dari harga jual yang ditentukan. Semakin mahal harga sebuah produk maka persepsi konsumen mengenai kualitas produk tersebut semakin tinggi dan sebaliknya. Dampak eksternal yang didapatkan meluasnya jangkauan, meningkatkan *costumer loyalty* dan produk masker menjadikan *lifestyle* di tengah masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa dalam penentuan harga jual masker pada Ponorogo_Olshopmurah memberikan dampak internal dan eksternal yang mana adanya peningkatan keuntungan yang mana rata-rata penjualan perhari masker mencapai 500-800 pcs sampai dengan ribuan pcs perharinya pada saat weekend. Peningkatan penjualan pun diikuti dengan adanya jumlah konsumen yang bertambah setiap harinya khususnya di weekend yang bertepatan dihari jumat, sabtu dan minggu (Jusami) yang mana omzet mencapai 20jt perbulan. Hal ini merupakan strategi yang dilakukan penjual guna menarik pasar sasarnya, dengan adanya antusias konsumen dari harga yang ditawarkan relatif terjangkau dan penawaran potongan harga atau diskon disetiap produk yang dijual jika konsumen melakukan pembelian produk pada saat weekend. Dampak eksternal yang didapatkan meningkatnya jumlah *followers* 75,9 RB dengan media pemasaran melalui Instagram dengan rata-rata *viewers instanstory* mencapai ribuan permenit. Hal ini membuktikan dampak adanya teknologi khususnya sosial media sebagai alat pemasaran yang terbaik di era digital memberikan pengaruh besar

terhadap pelaku bisnis dalam kesuksesan usaha yang dijalankan. Yang mana diakhiri dengan *customer loyal* yang dapat menjadikan tolak ukur memprediksi pertumbuhan penjualan. Dengan memiliki pelanggan yang loyal maka suatu bisnis dapat bertahan pada setiap kondisi. Hal ini juga didorong produk masker sudah menjadi *lifestyle* ditengah masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis peneliti, bisnis online menerapkan strategi dengan menurunkan harga jual dibawah rata-rata harga pasar yang mana upaya penjual bermain harga dengan jumlah barang yang dimilikinya. Penjual berupaya menurunkan biaya operasional dengan memperbanyak jumlah barang, dengan hal ini diharapkan penjualan barang akan laku keras dan mempercepat perputaran uang dengan harga jual. Terkadang, cara ini dilakukan penjual dengan tidak memperdulikan keuntungan menjadi faktor yang utama, melainkan faktor utama ketika barang habis terjual dan mendapatkan citra dibenak konsumen. Dampak lain yang didapatkan, adanya peningkatan pangsa pasar yang mana berkat luasnya jangkauan media sosial saat ini sebagai media pemasaran yang terbaik di era digital yang dapat memberikan kemudahan bagi penggunaannya mendapatkan informasi secara lengkap serta pelayanan yang terbaik dengan dapat memilih sendiri sendiri produk yang ingin dibeli atau dipesan melalui layanan yang diberikan oleh toko online. Sehingga dapat diakses setiap saat tanpa adanya batasan jarak dan waktu. Yang mana berujung pada meningkatnya *customer loyalty* serta produk masker sudah menjadi *lifestyle* ditengah masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dengan berjudul “Mekanisme Penentuan Harga Jual Masker Pada Bisnis Online Ponorogo_Olshopmurah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme penentuan harga produk masker yang diterapkan di bisnis online Ponorogo_Olshopmurah dengan menggunakan metode penetapan harga berbasis biaya dan metode penetapan harga berbasis permintaan. Penentuan harga jual produk sudah sesuai dengan nilai-nilai dalam ekonomi islam dengan enam indikator yang menyatakan kesesuaian harga *low price* dengan produk yang dijual di toko ini. Penentuan harga jual murah boleh dilakukan selama tidak ada yang merasa terdzalimi atau mengalami kerugian sepenuhnya yang mana mematikan harga pasar terutama juga tidak untuk menyingkirkan para pedagang lain disekitar. Namun bila dalam penentuan harga jual dapat merugikan pedagang yang lain disekitar mengalami gulung tikar akibat adanya salah satu toko dengan sengaja mematikan harga pasar demi menyingkirkan pedagang yang lain itu tidak diperbolehkan. Penentuan harga jual produk masker yang dilakukan pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah ini tidak mengandung unsur kedzaliman dimana antara kedua belah pihak tidak dirugikan dan tidak melakukan

jual rugi demi menguasai pasar, serta tidak ada pihak (pedagang sekitar) yang merasa tersingkirkan karena adanya diskriminasi harga.

2. Penentuan harga jual produk masker pada bisnis online Ponorogo_Olshopmurah, pelaku usaha mendapatkan dampak internal dan eksternal dari adanya *covid-19* yang mana diuntungkan atas peningkatan penjualan, jumlah konsumen dengan strategi *quality* dan menurunkan biaya operasional. Strategi ini digunakan penjual dengan menurunkan harga jual dibawah rata-rata harga pasar upaya penjual bermain harga dengan jumlah barang yang dimilikinya diharapkan penjualan barang akan laku keras dan mempercepat perputaran uang dengan harga murah. Dampak eksternal yang didapatkan, adanya peningkatan pangsa pasar yang mana berkat luasnya jangkauan media sosial yang mana berujung pada meningkatnya *customer loyalty* serta produk masker menjadi *lifestyle* ditengah masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada bisnis online @Ponorogo_Olshopmurah, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan temuan baru untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya.
2. Bagi pihak atau *owner* pada Ponorogo_Olshopmurah dalam penentuan harga murah alangkah lebih baik memperhatikan harga pasaran dan

perasaan pedagang lainnya meskipun pedagang lainnya tidak merasa dirugikan namun dengan mereka melihat ramainya atau bahkan membludaknya para pembeli di toko Ponorogo_Olshop secara tidak langsung berpengaruh pada menurunkan margin penjualan pada pesaing lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A Karim, Adiwarmam. *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Damanuri, Aji. *Metodologi Penelitian Mu'amalah*. Ponorogo: STAIN Po Press, 2010.
- Department Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahan cet. Ke-1*. Semarang: CV. Toha Putra, 1989.
- Dr. Saida Zainurossalamia ZA, M.Si. *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. NTB: Forum Pemuda Aswaja, 2020.
- Imam Wahjono, Sentot. *Bisnis Modern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Indrasari, Dr. Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran (Edisi 13 Jilid 2)*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kristanto, Jajat. *Manajemen Pemasaran Internasional : Sebuah Pendekatan Strategi*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- Margono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Muharram Ritonga, Husni dkk. *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. Medan: CV. Manhaji, 2018.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019.
- Prof. Dr. Ir. Raihan, M.Si. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta :UII, 2017.
- Rivai, Veithzal dan Andi Buchari. *Islamic Economics*. Jakarta: Bumi Aksar, 2009.
- Rosyidi, Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000.
- Shihab, M.Quraish. *Tafsir Al-Mishbah*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Tyas Untari, Dhiyan Manajemen Pemasaran; Kasus Dalam Mengembangkan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi. Jawa Tengah: CV. Pena Persada Redaksi, 2019.

Ujang Sumamarwan, Herien Puspitawati, Agustinus Hariadi, et.al., *Riset Pemasaran dan Konsumen Anova, Ancova, Regresi, dan Structural Equation Modelling Serta Kajian: Posisi Produk, Ekuitas Merek, Konsep Diri, Loyalitas Toko, Sikap dan Preferensi, Strategi Harga dan Keluhan Pelanggan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2013.

Utomo, Hargo. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gunadarma, 1993.

Skripsi

Ariani. (2018). *Analisis Pengaruh Strategi Harga Terhadap Volume Penjualan Pakaian Pada PT. Barokah Biqalbin Salim Cabang Toddopuli Makassar*. Skripsi. Makasar: UNMUH Makasar.

Dini Setiowati, Fransiska. (2018). *Analisis Penetapan Harga Produk Industri Meubel Di Desa Pandansari Selatan Kecamatan Sukoharjo Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.

Faqie Al-Ghifari, Faqie. (2019). *Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perilaku Permintaan Dan Penawaran pada Toko Pakaian Di Pasar Tanah Pilih Kota Jambi*. Skripsi. Jambi: UIN Sulthan Thata Saifuddin.

Firmansyah, Elvan. (2018). *Mekanisme Penetapan Harga Di Rumah Makan Rama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*. Skripsi. Lampung: UIN Metro.

Ilmiyah, Safinatul.(2021). *Penetapan Harga Masker Saat Wabah Covid-19 di Desa Mojopilang Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Skripsi. Tulungagung: IAIN Tulungagung.

Iswa Dinata, Ilga. (2020). *Dasar Kebijakan Harga Dalam Penetapan Odd and Even Pricing Pada Pelaku Usaha di Kota Metro*. Skripsi. Lampung: IAIN Metro.

Kawa, Yosi. (2018). *Penetapan Harga Komonditi Hasil Pertanian Bagi Pedagang Di Pasar Tradisional Srengat Blitar Ditinjau Dari Teori Penetapan Harga Dalam Ekonomi Islam*. Skripsi .Tulungagung: IAIN Tulungagung.

Khomsiyah. (2021). *Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Matrial Bangunan & Elektronik Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UD. Aulia Jaya di Pamaroh Kec. Kadur Kab. Pamekasan)*. Skripsi. Madura: IAIN Madura.

Kusuma Wardani, Rosi. (2021). *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Bisnis Online Perlengkapan Alat Sholat Di Sanaya Kids Ponorogo*. Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo.

Nuraini. (2022). *Fenomena Penetapan Harga Komoditas Pedagangan di Indonesia (Perspektif az-Zuhaili)*". Skripsi. Sulsel: IAIN Parepare.

Roikhatul Janah, Anita. (2010). *Jual Beli Dengan Sistem Banting Harga Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Toko Baju Appleblossom Purwatoro)*. Skripsi. Wonogiri: IAIN Purwokerto.

Urrokhmah, Tati. (2018). *Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto*. Skripsi. Wonogiri: IAIN Purwokerto 2018.

Jurnal

Effendi, Syamsul. (2021). *Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* Vol 1.2.

Ma'rifah, Aulia. (2021). *Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga Official Store Tinjauan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Serta Fiqh Muamalah*. *Journal of Islamic Business Law* 5 Vol.3.

S. Bachri, Bachtiar. (2010). *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitaian Kualitatif*. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol.10.

Yunita Sari, Hesti dan Lutfi Rahmatullah. (2021). *Etika Bisnis Islam Terhadap Mekanisme Penetapan Harga Dalam Jual Beli Tanaman Hias Philodron Majestic*. *Jurnal Al-Hakim: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Studi Syariah, Hukum dan Filantropi* Vol 3.2.

Wawancara

Chorlenia Nindia Alkhoiri, *Wawancara*, 31 Mei 2022

Siska, *Wawancara*, 31 Mei 2022

Fara, *Wawancara*, 31 Mei 2022

Vania, *Wawancara*, 31 Mei 2022

Ailsya Mayang, *Wawancara*, 31 Mei 2022

LAMPIRAN

Berikut daftar pertanyaan yang dijadikan panduan wawancara dalam penelitian ini:

A. Profil Usaha

1. Siapa pemilik bisnis online @Ponorogo_Olshopmurah? Dan bisnis online tergolong bisnis perorangan atau mitra (*bussinnes patnership*)?
2. Sejarah awal mula merintis bisnis online @Ponorogo_Olshopmurah hingga sampai berkembang pesat saat ini?
3. Berapa jumlah karyawan dan job disk masing-masing yang bekerja di @Ponorogo_Olshopmurah?

B. Mekanisme Penentuan Harga

4. Produk apa yang dijual di Ponorogo_Olshopmurah? Dari berbagai macam produk yang di jual, produk apa yang paling diminati oleh konsumen?
5. Produk masker apa saja yang dijual di Ponorogo_Olshopmurah? Berapa harga jual setiap masker? Dari sini pemilik dalam mengkategorikan produk yang dijual apa saja?
6. Dari berbagai macam pilihan produk masker yang dijual, jenis produk masker apa yang paling laku penjualannya? bagaimana tingkat *durability* (daya tahan) produk yang anda jual?
7. Bagaimana kualitas produk masker yang anda jual?

8. Siapa yang bertanggung jawab dalam penentuan harga?
Bagaimana cara menentukan harga jual produk masker yang ada jual?

C. Penentuan Harga *Low Price*

9. Sebelum menentukan harga produk masker, apakah anda melakukan pengecekan terlebih dahulu harga dipasaran sebelum memutuskan prosedur penetapan harga? (Jika iya, patokan harga dilihat dimana)
10. Dengan penentuan harga *low price* apa tidak terjadi kerugian? Apakah biaya oprasional sudah terpenuhi?
11. Apakah dengan penentuan harga *low price* pada produk masker kualitas yang dijual berbeda dengan yang dijual dipasaran? Apa yang menjadikan keunikan produk masker yang dijual disini?
12. Apakah dengan penentuan harga *low price* pada produk masker kualitas yang dijual berbeda dengan yang dijual dipasaran? Apa yang menjadikan keunikan produk masker yang dijual disini?
13. Kisaran berapa jumlah konsumen perharinya yang datang ke toko beserta jumlah produk masker yang terjual?
14. Berapa omzet yang didapatkan atas penjualan produk masker perbulannya?

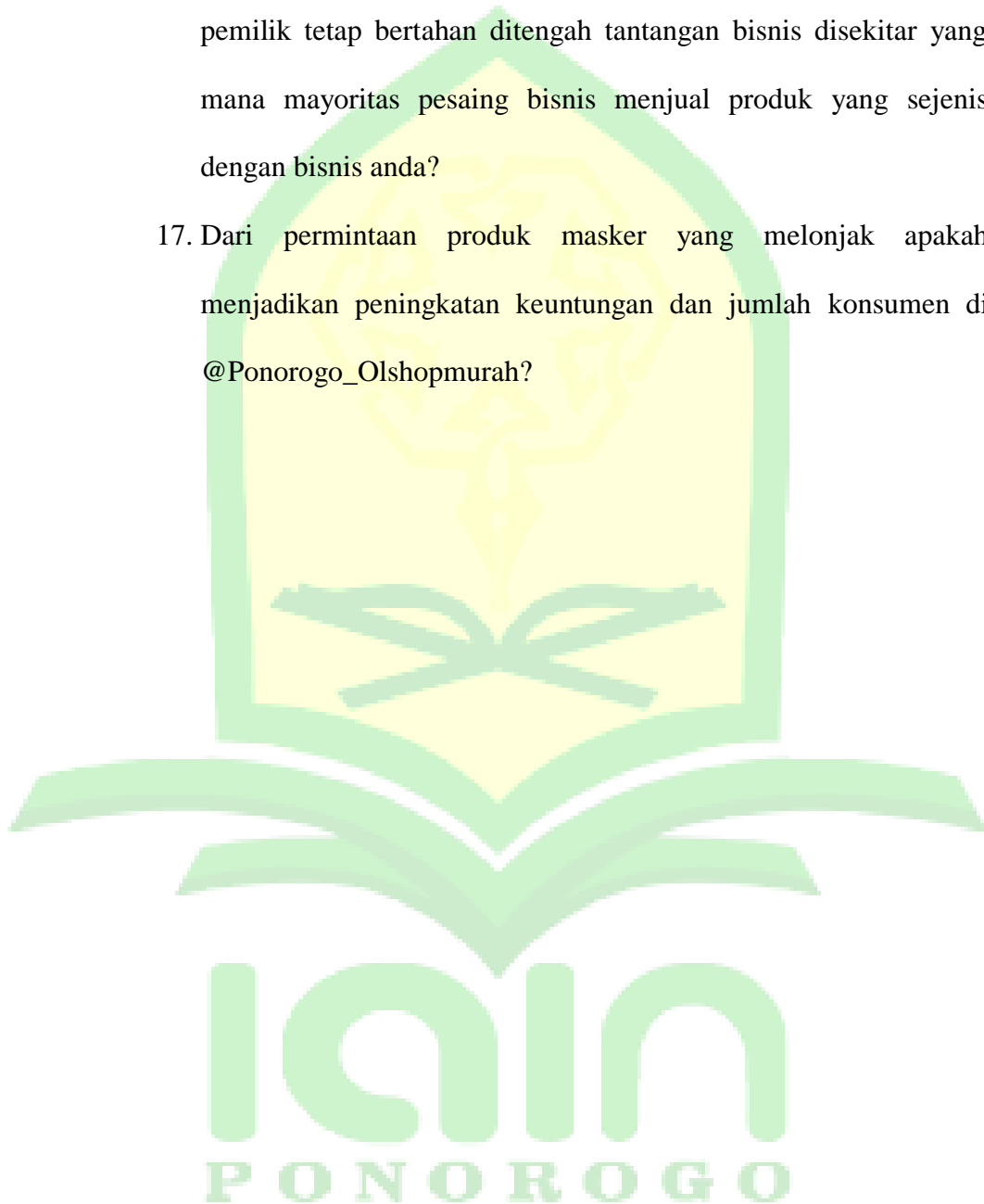
D. Dampak Penentuan Harga

15. Apakah permintaan produk masker yang dijual apa berdampak terhadap volume penjualan? Apakah gaya hidup (*lifestyle*)

konsumen mempengaruhi pola permintaan produk masker pada bisnis @Ponorogo_Olshopmurah?

16. Melihat fenomena yang terjadi, apa yang menjadikan alasan pemilik tetap bertahan ditengah tantangan bisnis disekitar yang mana mayoritas pesaing bisnis menjual produk yang sejenis dengan bisnis anda?

17. Dari permintaan produk masker yang melonjak apakah menjadikan peningkatan keuntungan dan jumlah konsumen di @Ponorogo_Olshopmurah?



Lampiran 1 : Transkrip Wawancara

Pewawancara : Aulia Nur Azizah

Narasumber : Chorlenia Nindia Alkhoiri

Waktu : Selasa, 31 Mei 2022 Pukul 09.00 WIB

| No. | Identitas | Data Wawancara |
|-----|-------------|---|
| 1. | Pewawancara | Siapa pemilik bisnis online @Ponorogo_Olshopmurah? Dan bisnis online tergolong bisnis perorangan atau mitra (<i>bussinnes patnership</i>)? |
| | Narasumber | Awal mula merintis usaha ini bersama tapi masuk dalam bisnis perseorangan mbak soalnya modal sendiri. Jadi, pemiliknya ya saya Chorlenia Nindia Alkhoiri dan suami saya Zefrian Nugraha. |
| 2. | Pewawancara | Sejarah awal mula merintis bisnis online @Ponorogo_Olshopmurah hingga sampai berkembang pesat saat ini? |
| | Narasumber | Awalnya tekad kita mau mulai terjun setelah menikah, kebetulan pada saat itu kita usaha kecil-kecilan dengan modal seadanya jadi <i>droppsiper</i> dengan memanfaatkan media marketplace yaitu shopee menggunakan metode <i>cash on delivery (COD)</i> dengan sistem melayani pesanan |

| | | |
|----|-------------|---|
| | | <p>yang diinginkan pembeli, memberikannya secara langsung ketika barang tersedia sesuai jadwal yang telah di sepakati kedua belah pihak. Dari awal sini muncul bisnis ini sedikit dikenal dan kian hari mulai berkembang diawal puncak <i>pandemic Covid-19</i> pada saat itu kami menjual berbagai macam produk namun diantara produk yang kami jual produk masker mengalami permintaan yang melonjak. Toko offline yang pertama kali kita merintis di Jl Parang Kembang No.32 Ponorogo. Alhamdulillah usaha kita ramai dikunjungi oleh para pembeli sehingga kita pindah dengan mendirikan toko kedua di tahun 2020 di Perumnas Asabri Pijeran, Tumang Lor, Sampung, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur (63471). Tidak cukup dari situ, kami melihat situasi di toko kami meningkatnya pengunjung dan barang yang kita jual juga lebih beragam tempatnya kurang luas untuk mencakupi lainnya mbak. Jadi, kita memutuskan memindahkan toko cabang kembali tahun 2022 beralamatkan di JL Ki Ageng Kutu (siman-jetis) timur jalan +/- 500m dari toko cabang kedua.</p> |
| 3. | Pewawancara | Berapa jumlah karyawan dan job disk masing-masing yang bekerja di @Ponorogo_Olshopmurah? |

| | | |
|--|------------|---|
| | Narasumber | <p>Jumlah karyawan total keseluruhan 10 yang bekerja disini, masing-masing job disk nya ada:</p> <p>g. Pemilik (<i>owner</i>) : Zefrian Nugraha dan Chorlenia Nindia Alkhoiri</p> <p>Bertugas mengontrol kinerja usahanya keseluruhan serta memiliki wewenang dan tanggung jawab penuh dalam aktivitas bisnis.</p> <p>h. Admin : Siska (A. Instagram), Nanda (A. Shopee) dan Luluk (A. WhatsApp)</p> <p>Bertugas memberikan informasi terkait produk terbaru dengan media online, melakukan pelayanan yang ramah dan mengedukasi konsumen terkait produk yang dijual guna promosi.</p> <p>i. Bag. Keuangan : Fara, Nidya, dan Davita</p> <p>Bertugas melayani dan mencatat pembayaran dalam proses transaksi setiap penjualan.</p> <p>j. Bag. Gudang : Supini</p> <p>Bertugas melakukan pendataan stok, barang masuk, dan keluar serta memastikan barang yang didistribusikan</p> |
|--|------------|---|

| | | |
|----|-------------|--|
| | | <p>secara lancar dan melakukan pelaporan terkait pendataan barang.</p> <p>k. Bag. Packing : Nidya dan Devita</p> <p>Bertugas melakukan pengemasan barang untuk didistribusikan di konsumen serta membantu segala aktivitas oprasional toko agar berjalan dengan lancar.</p> <p>l. Karyawan : Iqsan</p> <p>Bertugas memindahkan barang datang serta majang barang dagang dengan penataan rapi guna menarik pelanggan dengan suasana toko yang nyaman serta melindungi kerusakan barang di toko.</p> |
| 4. | Pewawancara | Berapa modal awal yang dikeluarkan untuk memulai bisnis ini? |
| | Narasumber | Untuk memulai usaha ini modal sekitar 2 gigit dari tabungan kita berdua pada saat itu. Sebetulnya untuk modal nggak harus banyak yang penting bisa memutar modal agar usaha bisa terus berjalan dan tetap stabil diterpa apapun. Jadi, semua sudah diperhitungkan mbak, dalam pembelian produk masker disini berskala besar yang otomatis dapat mengurangi biaya operasional. |

| | | |
|----|-------------|---|
| | | Dalam perputaran modal bisa lancar ya kalo penjualan laku keras yang terpenting bisa imbang jadi cepat balik modal, meskipun untung dikit tapi perputaran barang cepat. |
| 5. | Pewawancara | Produk apa yang dijual di Ponorogo_Olshopmurah? Dari berbagai macam produk yang di jual, produk apa yang paling diminati oleh konsumen? |
| | Narasumber | Kami menjual produk diantaranya skincare, kosmetik, masker, hijab, fashion dan aksesoris lainnya sesuai dengan produk pasaran yang dibutuhkan konsumen mbak. Untuk produk yang paling sering laris penjualannya pertama masker dari awal pertama buka toko karena pada saat itu pas pandemi <i> covid-19 </i> permintaannya melojak tapi sampai sekarang juga masih banyak peminatnya, disini juga skincare dan produk lainnya juga ada peminatnya karena produk yang kami jual semuanya menyesuaikan kebutuhan konsumen pada saat ini. |
| 6. | Pewawancara | Produk masker apa saja yang dijual di Ponorogo_Olshopmurah? Berapa harga jual setiap masker? Dari sini pemilik dalam mengkategorikan produk yang dijual apa saja? |

| | | |
|----|-------------|--|
| | Narasumber | <p>Untuk jenis masker yang kami dijual bervariasi model dan mereknya mbak, untuk yang model masker dukbill diantaranya : Dukbill Putih (50 pcs) dan Dukbill Hitam (50 pcs) dengan harga 10.500; Dukbill Full Color Warna (50 pcs) dan Dukbill Gradasi Series (50 pcs) dengan harga 21.500; Dukbill Wxdarna (10pcs) dengan harga 7.500 dan Dukbill Hybride (10pcs) dengan harga 9.000.</p> <p>Untuk model KF94 Warna (Careion, We Mask, Filtcare) dengan harga 7.500; KF94 Hitam & Putih dengan harga 6.500; KF94 Anak dengan harga 6.500.</p> <p>Untuk model KN95 Warna dengan harga 7.000; KN95 Pro Warna dengan harga 8.000.</p> |
| 7. | Pewawancara | <p>Dari berbagai macam pilihan produk masker yang dijual, jenis produk masker apa yang paling laku penjualannya? bagaimana tingkat <i>durability</i> (daya tahan) produk yang anda jual?</p> |
| | Narasumber | <p>Diantara produk masker yang kami jual disini, masker yang paling laku keras jenis dukbill dan Kf 94 mbak.</p> <p>Untuk ketahanan masker yaaa.. awet dan tahan lama mbak, soalnya produk masker sendiri nggak punya batasan waktu berbeda seperti kosmetik dan skincare yang punya <i>expired</i>. Untuk pemakaiannya bisa digunakan</p> |

| | | |
|-----------|-------------|---|
| | | 1-2 kali itu pun juga tergantung bahan atau jenis masker yang dipilih |
| 8. | Pewawancara | Bagaimana kualitas produk masker yang anda jual? |
| | Narasumber | Memang kita jual harga murah mbak, tapi untuk produk yang kita pilih sangat memperhatikan kualitas bahan masker yang kami jual yang mana menyesuaikan standart dipasaran, tentu diikuti dengan manfaat yang dibutuhkan bagi masyarakat bukan berarti harga murah dengan kualitas buruk tidak. |
| 8. | Pewawancara | Siapa yang bertanggung jawab dalam penentuan harga? Bagaimana cara menentukan harga jual produk masker yang ada jual? |
| | Narasumber | Saya sendiri dan suami, Untuk memulai usaha ini modal sekitar 2 gigit dari tabungan kita berdua pada saat itu. Sebetulnya untuk modal nggak harus banyak yang penting bisa memutar modal agar usaha bisa terus berjalan dan tetap stabil diterpa apapun. Cara penentuan harganya pada umumnya sih mbak nggak jauh beda, kita beli dari distributor kemudian kita ditambahkan laba sedikit aja. Jadi, semua sudah diperhitungkan mbak, dalam pembelian produk masker disini berskala besar yang otomatis dapat mengurangi biaya operasional. |

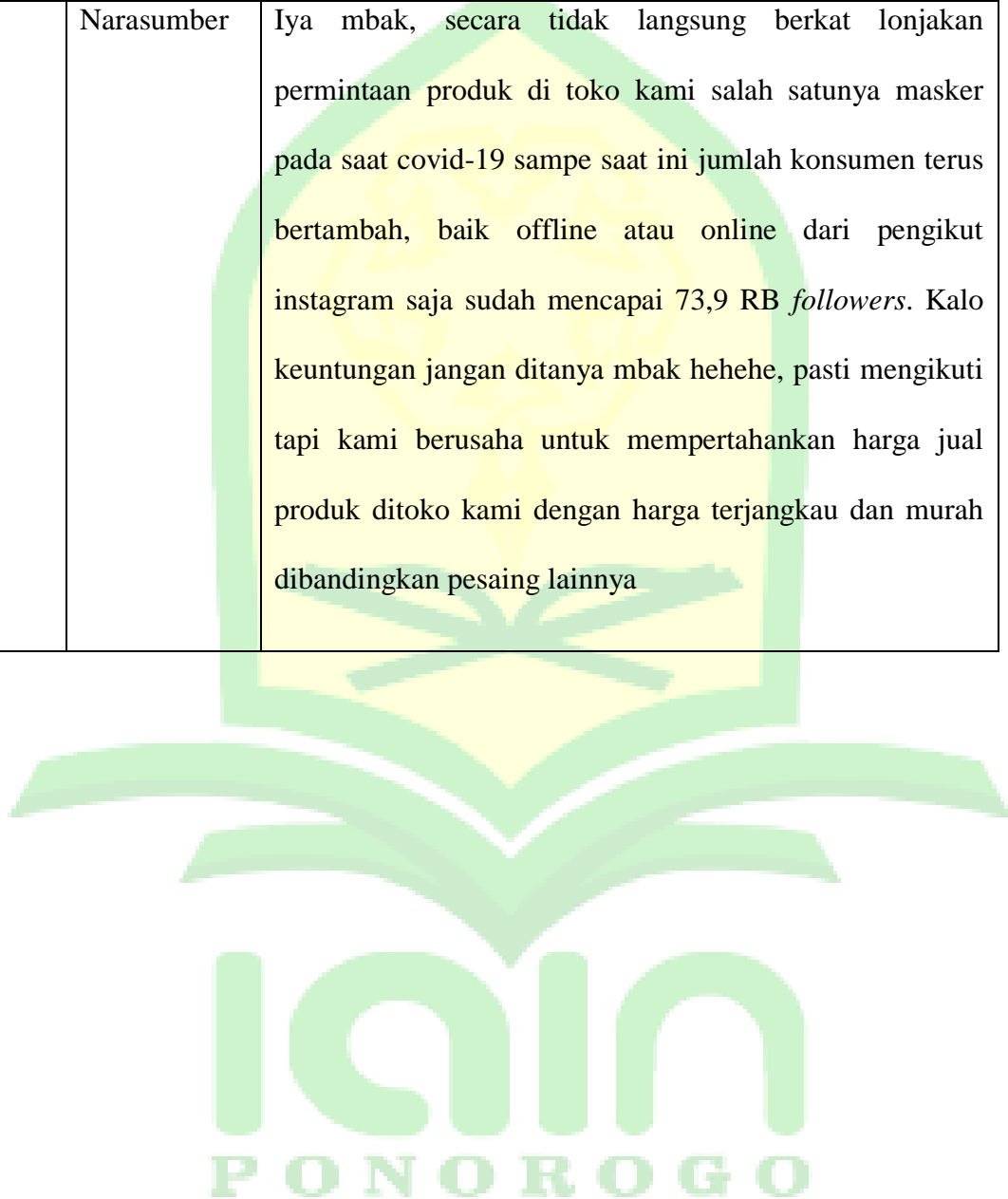
| | | |
|-----|-------------|---|
| | | Dalam perputaran modal bisa lancar ya kalo penjualan laku keras yang terpenting bisa imbang jadi cepat balik modal, meskipun untung dikit tapi perputaran barang cepat |
| 9. | Pewawancara | Sebelum menentukan harga produk masker, apakah anda telah melakukan pengecekan terlebih dahulu harga dipasaran sebelum memutuskan prosedur penetapan harga produk yang anda jual? |
| | Narasumber | Kami tidak terlalu mengikuti harga pasaran masker disekitar, namun patokan saya melihat harga pasaran di markerplace yang cenderung capat berubah, untuk selisih harga miring pada produk yang dijual disini karena saya berani ambil produk masker banyak tentu secara harga saya jauh lebih miring karena sudah dapet lahan daripada toko lainnya, memang dalam harga disini bisa unggul murah ya memang upaya strategi market untuk para konsumen. |
| 10. | Pewawancara | Dalam penentuan harga <i>low price</i> apa tidak mengalami kerugian? Apakah biaya oprasional sudah terpenuhi? |
| | Narasumber | Alhamdulillah nggak rugi mbak, disini kita jual murah sudah dapat untung meskipun sedikit yang penting bisa jalan. Dan syukurnya bisa juga membantu para seller |

| | | |
|--|-------------|---|
| | | yang kecil untuk dijual lagi. Biaya oprasional juga sudah diperhitungkan saya rasa tidak mengalami kerugian selama sudah tercover dengan penjualan yang meningkat. |
| | Pewawancara | Apakah dengan penentuan harga <i>low price</i> pada produk masker kualitas yang dijual berbeda dengan yang dijual dipasaran? Apa yang menjadikan keunikan produk masker yang dijual disini? |
| | Narasumber | Sebenarnya tidak ada perbedaan kualitas produk dengan produk yang dijual toko lainnya mbak, kami menjual produk dengan kualitas sesuai standart yang dibutuhkan konsumen, mungkin produk masker yang dijual disini bisa unggul dari bervariasi model dan mereknya dan harga jual cenderung lebih murah yang kita sudah tetapkan dengan membandrol harga segitu. |
| | Pewawancara | Apakah dalam kategori (variasi, merek, design) produk masker yang dijual mempengaruhi harga jual masker? |
| | Narasumber | Berbeda mbak harganya setiap produk, yang mana dibedakan dengan jenisnya, isinya, bahannya, dan desaignnya juga mempengaruhi kegunaan pada pemakainya. Dari sekian banyaknya produk masker yang dijual disini yang paling cenderung memiliki harga yang agak lumayan merek mouson kita menjual diharga |

| | | |
|--|-------------|--|
| | | 10.000/10pcs jenis KF94 pasti sudah jelas dari kualitas bahan unggul dari pada jenis KF94 merek lainnya contohnya seperti Wemask diharga 7.500/10pcs nya |
| | Pewawancara | Kisaran berapa jumlah konsumen perharinya yang datang ke toko beserta jumlah produk masker yang terjual? |
| | Narasumber | Waduh, untuk lebih detail intensitas pengunjung yang datang setiap harinya berbeda, tapi untuk perkiraan masker yang terjual sekitar 500-700 pcs perharinya. Jadi toko kami tidak hanya melayani eceran saja mbak, tapi melayani grosir dengan harga berbeda juga jadi untuk skala penjualan perharinya produk masker lumayan. |
| | Pewawancara | Berapa omzet yang didapatkan atas penjualan produk masker perbulannya? |
| | Narasumber | Untuk omzet penjualan sebenarnya tiap harinya nggak menentu mbak ada naik turunnya pendapatan toko, tapi rata-rata omzet yang didapatkan sekitar 20jt perbulannya dengan rata-rata masker yang terjual perharinya 500-700 pcs bahkan bisa lebih penjualannya. |
| | Pewawancara | Apakah permintaan produk masker yang dijual apa berdampak terhadap volume penjualan? Apakah gaya hidup (<i>lifestyle</i>) konsumen mempengaruhi pola |

| | | |
|--|-------------|--|
| | | permintaan produk masker pada bisnis @Ponorogo_Olshopmurah? |
| | Narasumber | Tentu mbak sangat berpengaruh jika daya beli konsumen meningkat pasti penjualan ikut meningkat. Sejak adanya covid-19 toko kami diuntungkan dengan adanya lonjakan permintaan akan masker pada saat itu sampai saat ini pun bukan saja suatu kewajiban dalam penggunaan masker melainkan sudah menjadikan kebiasaan. Buktinya meskipun sudah diperbolehkan tanpa penggunaan masker, namun di toko kami tidak adanya pengurangan akan permintaan masker. Namun untuk tingkat penjualan tidak sebesar pada waktu covid-19. |
| | Pewawancara | Melihat fenomena yang terjadi, apa yang menjadikan alasan pemilik tetap bertahan ditengah tantangan bisnis disekitar yang mana mayoritas pesaing bisnis menjual produk yang sejenis dengan bisnis anda? |
| | Narasumber | Ya, namanya juga bisnis pasti ada jatuh bangunnya mbak, alasan tetap bertahan pasti ingin usahanya berhasil bisa berkembang luas dan dikenal masyarakat dengan citra yang berbeda yang pasti untuk produk yang dijual disesuaikan dengan minat dan tren di masyarakat |

| | | |
|--|-------------|---|
| | Pewawancara | Dari permintaan produk masker yang melonjak apakah menjadikan peningkatan keuntungan dan jumlah konsumen di @Ponorogo_Olshopmurah? |
| | Narasumber | Iya mbak, secara tidak langsung berkat lonjakan permintaan produk di toko kami salah satunya masker pada saat covid-19 sampe saat ini jumlah konsumen terus bertambah, baik offline atau online dari pengikut instagram saja sudah mencapai 73,9 RB <i>followers</i> . Kalo keuntungan jangan ditanya mbak hehehe, pasti mengikuti tapi kami berusaha untuk mempertahankan harga jual produk ditoko kami dengan harga terjangkau dan murah dibandingkan pesaing lainnya |



Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

Pewawancara : Aulia Nur Azizah

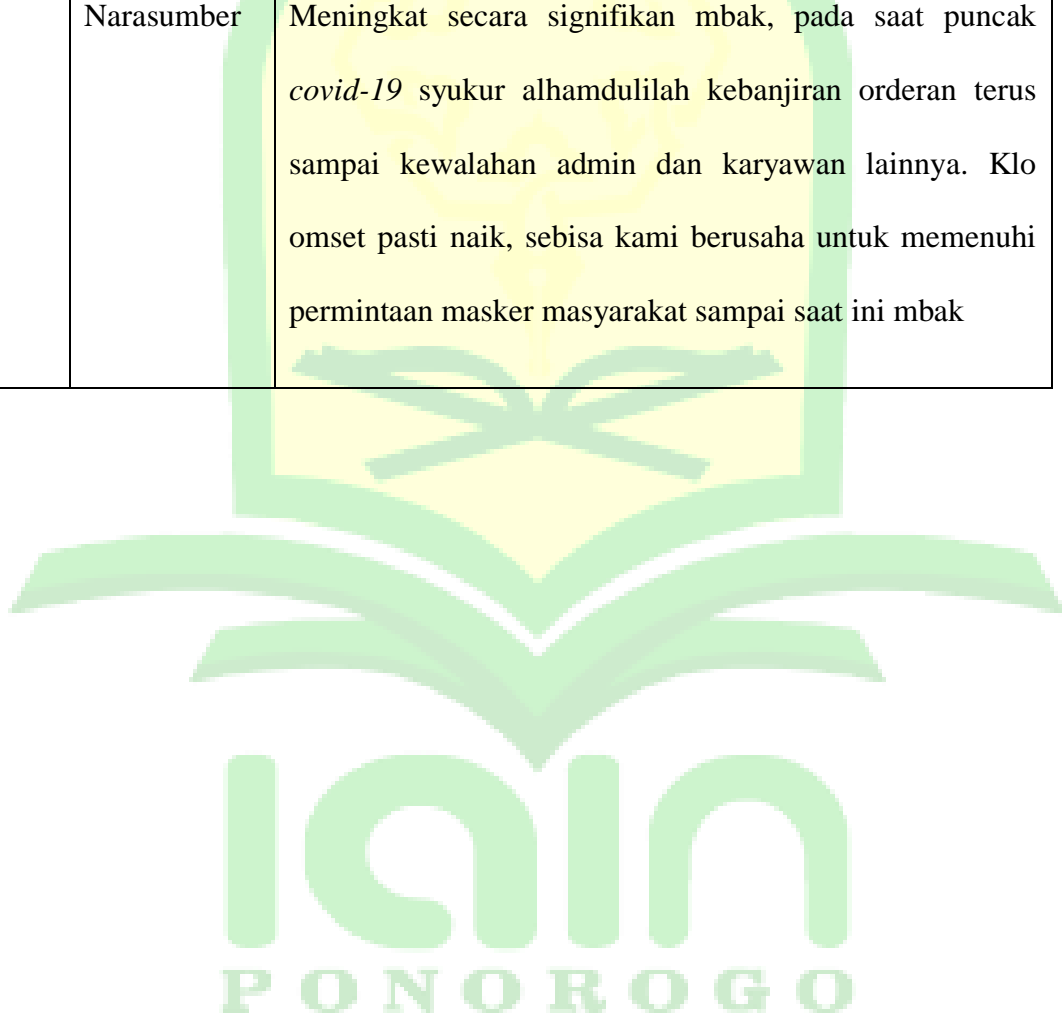
Narasumber : Siska (Admin)

Waktu : Selasa, 31 Mei 2022 Pukul 09.23 WIB

| No. | Identitas | Data Wawancara |
|-----|-------------|---|
| | Pewawancara | Dari berbagai macam pilihan produk masker yang dijual, jenis produk masker apa yang paling laku penjualannya? bagaimana tingkat <i>durability</i> (daya tahan) produk yang anda jual? |
| | Narasumber | Untuk konsumen disini khususnya member sih yang kebanyakan sering menanyakan stok masker dukbill mbak, biasanya diburu anak sekolahan tetapi juga tidak kalah peminat kedua terbanyak yg dicari konsumen masker model KF94. |
| | Pewawancara | Sebelum menentukan harga produk masker, apakah owner anda telah melakukan pengecekan terlebih dahulu harga dipasaran sebelum memutuskan prosedur penetapan harga produk masker yang jual disini? |
| | Narasumber | Pastinya melakukan survay dulu mbak, tapi untuk penentuan harga yang lebih tau ownernya langsung, tp |

| | | |
|--|-------------|---|
| | | menurut saya ditoko ini berani menjual harga murah ya karena kita memperoleh barang dari distributor langsung dan dalam pembelian masker disini skala besar jadi kita dapat harga jauh lebih miring. |
| | Pewawancara | Apakah dalam kategori (variasi, merek, design) produk masker yang dijual mempengaruhi harga jual masker? |
| | Narasumber | Iya, soalnya setiap konsumen yang membeli masker disini kebutuhannya berbeda-beda mbak. Menurut saya, peminat masker terbanyak jenis dukbill dengan design simple biasanya jadi incaran anak sekolah karena harga jauh lebih ekonomis dan isinya banyak, berbeda dengan jenis KF94, KN95 dan lainnya juga peminatnya banyak kedua dengan design yang <i>stylish</i> cocok digunakan disegala acara dengan berbagai pilihan warna juga yang dijual disini. |
| | Pewawancara | Apakah permintaan produk masker yang dijual apa berdampak terhadap volume penjualan? Apakah gaya hidup (<i>lifestyle</i>) konsumen mempengaruhi pola permintaan produk masker pada bisnis @Ponorogo_Olshopmurah? |
| | Narasumber | Yang saya amati, pasti berpengaruh dilihat dari permintaan masker ditoko ini masih ada aja peminatnya |

| | | |
|--|-------------|--|
| | | <p>sih mbak, mungkin sudah menjadikan kebiasaan jadi tidak bisa lepas dalam penggunaan masker. Jadi produk ini masih laku keras ditoko kami.</p> |
| | Pewawancara | <p>Dari permintaan produk masker yang melonjak apakah menjadikan peningkatan keuntungan dan jumlah konsumen di @Ponorogo_Olshopmurah?</p> |
| | Narasumber | <p>Meningkat secara signifikan mbak, pada saat puncak <i>covid-19</i> syukur alhamdulillah kebanjiran orderan terus sampai kewalahan admin dan karyawan lainnya. Klo omset pasti naik, sebisa kami berusaha untuk memenuhi permintaan masker masyarakat sampai saat ini mbak</p> |



Lampiran 3 : Transkrip Wawancara

Pewawancara : Aulia Nur Azizah

Narasumber : Fara (Kasir)

Waktu : Selasa, 31 Mei 2022 Pukul 09.59 WIB

| No. | Identitas | Data Wawancara |
|-----|-------------|---|
| | Pewawancara | Dalam penentuan harga <i>low price</i> apa tidak mengalami kerugian? Apakah biaya oprasional sudah terpenuhi? |
| | Narasumber | Masalah untung/rugi itu saya kurang tahu karena setiap pendapatan yang masuk di sistem dan itu diluar kendali saya untuk memantau untung/ruginya mbak, dan yang bertanggung jawab dalam urusan penentuan harga ownernya langsung yaitu zefrian sama nia, tapi kalo menurut saya untuk mengalami kerugian saya rasa tidak ada selama penjualan seimbang. |
| | Pewawancara | Kisaran berapa jumlah konsumen perharinya yang datang ke toko beserta jumlah produk masker yang terjual? |
| | Narasumber | Pengunjung yang datang di toko setiap harinya untuk perkiraan aja ya mbak, lebih dari ratusan orang silih bergantinya waktu bahkan sampai antri ketika weekend yaitu pada hari jumat, sabtu, minggu (jusami), namun |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>dengan pembelian produk lainnya tidak hanya masker. Tapi untuk penjualan masker pasti laku keras sampai terjual terbanyak hingga ribuan pcs perharinya, apalagi pas peningkatan <i>covid-19</i> pada saat itu</p> |
|--|--|--|



Lampiran 4 : Transkrip Wawancara

Pewawancara : Aulia Nur Azizah

Narasumber : Vania (Konsumen) / 20 Tahun

Waktu : 4 Juni 2022 Pukul 10.00 WIB

| No. | Identitas | Data Wawancara |
|-----|-------------|--|
| | Pewawancara | Bagaimana kualitas masker yang dijual di toko @Ponorogo_Olshopmurah? |
| | Narasumber | Ya, selama berlangganan ditoko Olshop murah, memang untuk harga jualnya relatif miring dari pada toko lainnya mbak, kalo untuk kualitas barangnya dikatakan sudah sebanding sih kak. Tapi semakin kesini untuk produk masker yang dijual saya rasa mengalami penurunan kualitas bahan, yang dulunya saya membeli produk masker dengan bahan yang tebal sekarang bahannya tipis dengan merek yang sama pada saat itu saya beli. |
| | Pewawancara | Bagaimana pendapat anda melihat produk masker sudah menjadi gaya hidup (<i>lifesyle</i>) di masyarakat, yang mana dapat mempengaruhi pola permintaan produk masker pada bisnis @Ponorogo_Olshopmurah? |
| | Narasumber | Menurut saya memang masker sekarang bukan lagi suatu |

| | | |
|--|-------------|--|
| | | <p>kewajiban mbak, tapi bagi saya sudah menjadi kebiasaan yang tidak bisa lepas ketika berpergian. Kalau tidak pakai pun saya sendiri malah kurang nyaman. Dan alasan saya berlangganan ditoko ini ya karena masker disini banyak modelnya dan harganya miring makannya lebih memilih disini dari pada toko lainnya.</p> |
| | Pewawancara | <p>Bagaimana menurut kamu sepenting apa penggunaan produk masker bagi kehidupanmu?</p> |
| | Narasumber | <p>Bagi saya pemakaian masker disegala aktifitas itu penting sih mbak , yang pasti upaya saya dalam pencegahan dari segala masalah kesehatan apalagi ketika melakukan aktivitas diluar ruangan. Keterbiasaan saya memakai masker jauh dari sebelum adanya <i>Covid-19</i> jadi tanpa disadari meskipun pandemi ini sudah berakhir tapi saya tetap menggunakan produk ini, jika tidak saya rasa tidak nyaman.</p> |

Lampiran 5 : Transkrip Wawancara

Pewawancara : Aulia Nur Azizah

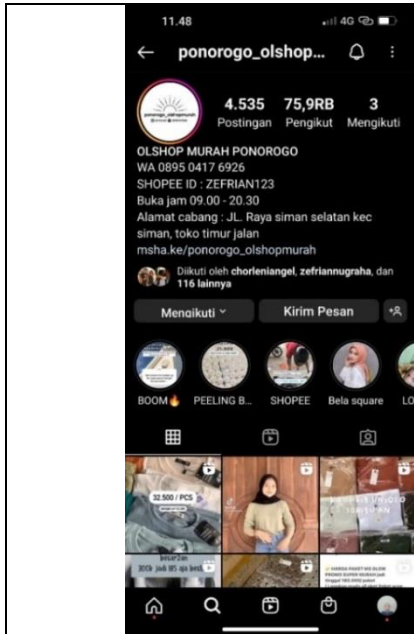
Narasumber : Ailsya Mayang (Konsumen) / 26 Tahun

Waktu : 4 Juni 2022 Pukul 15.30 WIB

| No. | Identitas | Data Wawancara |
|-----|-------------|---|
| | Pewawancara | Bagaimana kualitas masker yang dijual di toko @Ponorogo_Olshopmurah? |
| | Narasumber | Menurut saya kualitasnya sesuai lah mbak sama harganya yang cukup terjangkau dari pada toko lainnya, tetapi terkadang saya agak kecewa ketika saya membeli harga yang ditawarkan di stori instagram berbeda ketika saya berkunjung di toko langsung. Meskipun selisih harga tidak banyak sih, tp saya mikir mungkin itu kesalahan pihak yang mencantumkan harga yang kurang teliti tapi tetap bagi saya nilai itu tidak konsisten. Dan dari segi packaging masker ini terpisah dengan bungkusnya, kadang tidak sesuainya warna masker dengan bungkusnya. Kejadian ini biasa terjadi jika pengunjung di toko ini ramai dan antri untuk membeli masker. |
| | Pewawancara | Bagaimana pendapat anda melihat produk masker sudah menjadi gaya hidup (<i>lifesyle</i>) di masyarakat, yang mana |

| | | |
|--|-------------|--|
| | | dapat mempengaruhi pola permintaan produk masker pada bisnis @Ponorogo_Olshopmurah? |
| | Narasumber | Kalo saya sering menjumpai mayoritas masyarakat disini masih menggunakan masker, ya tentu sudah bisa dikatakan sudah membudaya sih, mungkin efek dari adanya pandemi kemarin menjadikan sulit lepasnya kebiasaan yang cukup dibilang lama mbak. Dari hal tersebut saya sebagai konsumen sendiri sudah dapat menilai adanya pengaruh dari lifestyle dalam penggunaan masker ini, tentu menjadi peluang juga bagi olshopmurah untuk memenuhi jumlah permintaan masker yang dibutuhkan di masyarakat. |
| | Pewawancara | Bagaimana menurut kamu sepenting apa penggunaan produk masker bagi kehidupanmu? |
| | Narasumber | Bagi saya penting, soalnya saya disini pekerja swasta yang cukup dibilang sering melakukan aktivitas diluar yang mana cukup peduli akan kesehatan agar terhindar aja mbak. Memang aturan sekarang sudah tidak diwajibkan dalam penggunaan produk ini, tapi saya rasa saya akan tetap butuh produk ini, melihat juga sekarang produk masker bervariasi bentuk dan modelnya jelas tetap akan bisa <i>stylish</i> dan tetap bisa mengikuti tren kok. |

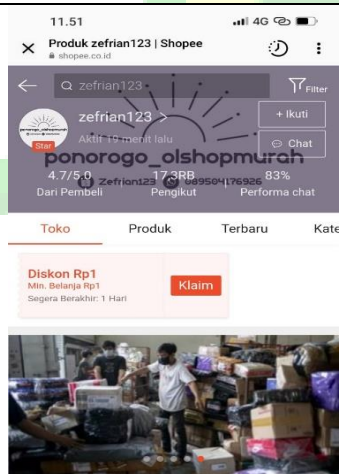
Lampiran 4 : Dokumentasi Wawancara



Akun : Instagram



Akun : Link bio marketplace



Selamat datang di toko shopee kami dari Ponorogo_olshopmurah Online Shop termurah sejagad Raya
WAJIB ADA VIDEO UNBOXING SAAT MEMBUKA PAKET
 Tanpa ada video unboxing kami tidak terima complain dalam bentuk apapun

Akun : Shopee



Pengecekan Produk Masker

Jawa Pos Radar Madiun

25 November 2021



Chorlenia Nindia Alkhoiri

Wawancara, 31 Mei 2022



Jawa Pos Radar Madiun

25 November 2021



Chorlenia Nindia Alkhoiri

Wawancara, 31 Mei 2022





SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zefrian Nugraha

Jabatan : Owner Ponorogo_Olshopmurah

Alamat : Perumnas Asabri Pijeran, Tumang Lor, Samping, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur (63471)

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Aulia Nur Azizah

NIM : 401180015

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Universitas : Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Telah selesai melakukan penelitian di toko Ponorogo_Olshopmurah yang bertempat di Perumnas Asabri Pijeran, Tumang Lor, Samping, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur (63471), terhitung mulai tanggal 27 Mei 2022 sampai dengan 27 Juni 2022 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“Mekanisme Penentuan Harga Produk Masker (Analisis Penentuan Harga Pada @Ponorogo_Olshopmurah)”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dapat digunakan seperlunya, terimakasih.

Owner



Zefrian Nugraha



RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Aulia Nur Azizah
2. Tempat & Tgl. Lahir : Ponorogo, 22 Maret 2000
3. Alamat Rumah : Jalan Lawu Gg. 1 Kampung Sate RT.04
RW.02 Kelurahan Nologaten, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten
Ponorog, Jawa Timur. Kode Pos (63411)
4. HP : 089646446384
5. E-mail : auliaa359@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK Al-Quran Ash-Sholihin, Jakarta Selatan (2006)
 - b. SDN 02 Nologaten Ponorogo (2011)
 - c. SMP Negeri 5 Ponorogo (2015)
 - d. Madrasah Aliyah Negeri 2 Ponorogo (2018)

Ponorogo, 21 November 2022

Aulia Nur Azizah

401180015