

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL BARANG
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus : Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh :

SALMAN ALFARISI

NIM 1705026115

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.Prof DR.HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
an. Sdr. Salman Alfarisi

Kepada Yth. :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb
Setelah Kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Salman Alfarisi
Nim : 1705026115
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA JUAL BARANG
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus : Risa Mart
Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah)

Dengan ini kami mohon kiranya saudara tersebut dapat dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 21 Maret 2023

Pembimbing I

H. Muchamad Fauzi, SE., MM.
NIP. 19730217 200604 1 001

Pembimbing II

Muvassarrah, MSI
NIP. 19710429 201601 2 901



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. DR. HAMKA (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang

Nomor :B-1216/Un.10.5/D.1/DA.08.05/03/2023

31 Maret 2023

Lamp. : -

H a l : Penunjukan menjadi Dosen
Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. :
Dr. Muhammad Fauzi,MM
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pengajuan proposal skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Salman Alfarisi
NIM : 1705026115
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Barang dalam Perspektif
Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Risa Mart Koperasi Konsumen
Sultan Agung Syari'ah)

Maka, kami mengharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan:

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahannya Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan skripsi.

Untuk membantu tugas Saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II Saudara/I Muyassarah,MSI.

Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

An.Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



NUR FATONI

Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan



LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Salman Alfarisi
NIM : 1705026115
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA
JUAL BARANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM (Studi Kasus : Risa Mart Koperasi Konsumen
Sultan Agung Syariah)

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan
lulus dengan predikat cumlaude, pada tanggal:

10 April 2023

dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I
tahun akademik 2023/2024

Semarang, 10 April 2023

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Drs. Saekhu, M.H

NIP. 19690120 199403 1 004

Sekretaris Sidang

Muvassarah, MSI

NIP. 19710429 201601 2 901

Penguji I

H. Ade Yusuf Mujaddid, M.E.

NIP. 19670119 199803 1 002

Penguji II

Fita Nurotul Faizah, M.E.

NIP. 19940503 201903 2 026

Pembimbing I

H. Muchamad Fauzi, SE., MM.

NIP. 19730217 200604 1 001

Pembimbing II

Muvassarah, MSI

NIP. 19710429 201601 2 901



MOTTO

Al-Qur'an Surah An Nahl Ayat 90

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ
عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

“Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat”.

(An Nahl : 90)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang penulis cintai dan banggakan yang dimana senantiasa mengiringi doa di setiap langkah penulis dalam menggapai cita-cita dan harapannya dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Aris Sulistyono dan Almaul Jannah merupakan orang tua penulis yang telah membesarkan, merawat, dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang dengan doanya yang selalu menyertai langkah penulis yang penuh dengan keikhlasan yang tak ternilai harganya. Karena berkat kasih sayangnya penulis dapat hadir di dunia.
2. Saudara kandungku, Muhamad Zulfikar karena beliau adalah orang-orang penting yang ada dalam hidup penulis, dengan memberikan bantuan dalam bentuk kasih sayang dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
3. Teman-teman seperjuangan di kelas ekonomi Islam (EIC Angkatan 2017) yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, karena support mereka penulis mendapatkan semangat dalam menyelesaikan skripsi, dan karena mereka adalah keluarga penulis di kampus UIN Walisongo Semarang.

DEKLARASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana disuatu perguruan tinggi manapun di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan didalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 21 Maret 2023

Penulis,



Salman Allarisi

NIM: 1705026115

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi pada sebuah skripsi diperlukan dikarenakan terdapat sebagian kata yang berupa nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang secara asli ditulis dengan huruf Arab sehingga harus disalin ke dalam huruf latin. Sehingga perlu diterapkan sebuah transliterasi sebagai jaminan konsistensi.

A. Konsonan

ء = '	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = '	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

C. Diftong

أَيَّ = ay

أَوْ = aw

D. Syaddah (ّ)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبَّ *al-thibb*.

E. Kata Sandang (ال)

Kata sandang (ال) ditulis dengan *al*.... misalnya = الصنّاعة *al-shina* 'ah.

Al- ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan “h” misalnya المشية الطبيعة = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*

ABSTRAK

Harga sangat penting yang harus diperhatikan bagi setiap pelaku bisnis, mengingat harga sangat menentukan diterimanya produk dalam perdagangan. Jika salah dalam menentukan harga maka akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya dan harga merupakan satu-satunya unsur dalam perdagangan yang dapat menghasilkan keuntungan dan pendapatan. Di Indonesia, banyak dijumpai penjualan produk retail dengan mencantumkan harga-harga ganjil atau yang sering disebut dengan *odd prices*. Penetapan harga ganjil ini membawa sebuah konsekuensi bagi para kasir untuk mengembalikan uang kembalian kepada pembeli. Di samping itu harga ganjil diharapkan pembeli akan lebih tertarik, dengan kesan harga lebih murah menjadi daya tarik bagi konsumen. Dalam Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme penetapan harga jual barang pada Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah dalam perspektif Ekonomi Islam.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif yang mana data diperoleh berasal dari data primer, data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti antara lain yaitu hasil wawancara dengan staff karyawan dan konsumen Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah. Selain data primer, penulis juga menggunakan data sekunder. Data sekunder diperoleh dari data buku-buku referensi dan beberapa jurnal karya orang lain. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan metode observasi di lapangan dan dokumentasi.

Hasil penelitian, penetapan harga yang diterapkan oleh Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah dengan menggunakan metode penetapan harga berbasis margin keuntungan dalam persenan. Harga yang ditetapkan berdasarkan harga beli produk kemudian ditambah dengan pajak Ppn yang berlaku kemudian ditambah dengan margin keuntungan yang sudah disepakati yaitu 5-20% serta pembulatan di akhir dan dari situlah hasil penetapan harga jual barang didapatkan. Harga yang ditetapkan oleh Risa Mart tidak jauh berbeda dengan harga minimarket yang ada di Indonesia karena Risa Mart mengikuti harga yang berlaku dipasar. Selain itu terdapat beberapa faktor yaitu persediaan barang, kelangkaan barang serta faktor permintaan dan penawaran yang ada di masyarakat. Konsep penetapan harga dalam perspektif Ekonomi Islam sudah sesuai dengan Al Qur'an dan Sunnah karena penetapan harga di Risa Mart tidak mengambil keuntungan yang berlebih akan tetapi mengikuti harga yang berlaku di pasar, saling ridha dan tidak ada unsur mendzalimi karena harga yang ditetapkan sudah adil, tidak menetapkan harga yang ganjil, dan dalam konsep Islam penentuan harga harus berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran. Risa Mart mengambil keuntungan yang tidak berlebihan, hal ini sesuai dengan ajaran Islam bahwa agama Islam tidak melarang besaran keuntungan yang didapat akan tetapi jangan terlalu mengikuti hawa nafsu dalam mengambil keuntungan sehingga ada salah satu pihak yang dirugikan.

Kata Kunci : Penetapan Harga, Jual Beli, Harga Jual, Ekonomi Islam

ABSTRACT

Price is very important that must be considered for every business person, considering that price determines the acceptance of products in trade. If the price is wrong, it will be fatal in the product that is offered later and is the only element in trading that can generate profits and income. In Indonesia, there are many retail product sales by including odd prices or what is often referred to as odd prices. This odd price increase has a consequence for cashiers to return change to buyers. In addition, odd prices are expected to be more interested in buyers, with the impression of cheaper prices being an attraction for consumers. This study aims to determine the mechanism of determining the selling price of goods at Risa Mart Sultan Agung Syariah Consumer Cooperative in the perspective of Islamic Economics.

This type of research uses a qualitative method approach where the data obtained comes from primary data, primary data is data collected by individuals / an organization directly from the object studied, among others, the results of interviews with staff, employees and consumers of Risa Mart, Sultan Agung Syariah Consumer Cooperative. In addition to primary data, the authors also use secondary data. Secondary data is obtained from data from reference books and several journals by others. Researchers collect data by observation methods in the field and documentation.

Based on the results of the study, pricing applied by Risa Mart Koperasi Consumer Sultan Agung Syariah uses a profit-margin-based pricing method in percent. The price is set based on the purchase price of the product then added with the applicable tax then added with the agreed profit margin of 5-20% and rounding at the end and from there the results of determining the selling price of goods are obtained. The price set by Risa Mart is not much different from the price of minimarkets in Indonesia because Risa Mart follows the prevailing prices in the market. In addition, there are several factors, namely the supply of goods, the scarcity of goods and demand and supply factors that exist in the community. The concept of pricing in the perspective of Islamic Economics is in accordance with the Qur'an and Sunnah because pricing at Risa Mart does not take excessive profits but follows the prevailing prices in the market, mutual pleasure and there is no element of tyranny because the price set is fair, does not set odd prices, and in the Islamic concept price determination must be based on the forces of demand and supply. Risa Mart takes profits that are not excessive, this is in accordance with Islamic teachings that Islam does not prohibit the amount of profit obtained but does not follow too much lust in taking advantage so that there is one party who is harmed.

Keywords : Pricing, Buying and Selling, Selling Price, Islamic Economy

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu kita panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua hamba-Nya terlebih kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam selalu kita haturkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, Nabi akhir zaman dan pembawa syafaat bagi seluruh alam. Tidak ada kata yang pantas penulis ungkapkan kepada pihak-pihak yang telah membantu proses penulisan skripsi ini selain ucapan rasa terima kasih yang begitu dalam, terutama penulis sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Dr. Ali Murtadho, M.Ag. selaku Dosen Wali penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dorongan, dan motivasi selama penulis duduk dibangku perkuliahan.
5. H. Muchamad Fauzi, SE., M.M. selaku Dosen Pembimbing skripsi I yang dengan penuh kesabaran, ketulusan, dan keikhlasan dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Muyassarah, MSI selaku Dosen Pembimbing skripsi II yang dengan penuh kesabaran, ketulusan, dan keikhlasan dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap dosen dan tenaga pendidik serta civitas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah membantu dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.

8. Bapak Yan Ardianto, S.E selaku Ketua Pengurus Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah Kota Semarang, yang telah banyak membantu penulis dalam memperoleh data guna menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh Staff Karyawan Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah, yang telah banyak membantu penulis dalam memperoleh data guna menyelesaikan skripsi ini.
10. Orang tua penulis skripsi yang telah, merawat, mendidik, dan mendukung penulis hingga sampai perguruan tinggi.
11. Seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang.
12. Notaris Evi Novita Tri Setyorini, S.H., M.Kn dan Bapak Samsul Bahri, S.H., C.P.M. serta rekan-rekan kantor penulis skripsi yang telah mendukung, memberikan ilmu, arahan serta mendoakan penulis sampai akhir penyusunan skripsi ini.
13. Seluruh teman dekat penulis yang selalu memberikan support dan bantuannya.
14. Segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berjasa membantu penulis dengan berbagai macam bantuannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi materi, dan analisisnya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis berharap, semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya. Aamiin

Semarang, 21 Maret 2023



Salman Alfarisi
NIM: 1705026115

DAFTAR ISI

LEMBAR HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	17
A. Latar Belakang Masalah.....	17
B. Rumusan Masalah.....	24
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	24
D. Tinjauan Pustaka.....	25
E. Metode Penelitian	28
F. Sistematika Penulisan	33
BAB II LANDASAN TEORI.....	35
A. Teori Jual Beli.....	35
1. Pengertian Jual Beli	35
2. Hukum Jual Beli	37
3. Rukun dan syarat jual beli.....	40
B. Teori tentang harga	42
1. Pengertian Harga.....	42
2. Tujuan Penetapan Harga	44
3. Dasar Hukum Harga	46
4. Pandangan Ulama Tentang Harga.....	48
5. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga.....	48
6. Strategi Penetapan Harga	54

7. Metode Penetapan Harga	55
C. Teori Mekanisme Penetapan Harga Perspektif Ekonomi Islam.....	56
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	59
A. Profil Risa Mart.....	59
1. Sejarah Risa Mart.....	59
2. Kantor dan Kontak Risa Mart	60
3. Visi dan Misi Risa Mart.....	61
4. Core Value Risa Mart	61
5. Aspek hukum Risa Mart	62
6. Struktur Organisasi Kopmensa Risa Mart.....	63
7. Aspek Sumber Daya Manusia Risa Mart.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
A. Penetapan Harga Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah.....	68
B. Analisis Penetapan Harga Jual Barang berdasarkan Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam	79
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
C. Penutup	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	95
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Harga Toko Ritel di Indonesia Tahun 2022 - 2023.....	22
Tabel 3.1 Distribusi Ketenagaan Risa Mart.....	66
Tabel 3.2 Jam Operasional Risa Mart.....	66
Tabel 3.3 Deskripsi pembagian kerja Risa Mart.....	67
Tabel 4.1 Produk-produk yang ditawarkan oleh Risa Mart.....	71
Tabel 4.2 Penetapan Harga Produk Risa Mart Tahun 2023.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kurva Permintaan.....	52
Gambar 2.2 Kurva Penawaran.....	54
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama Universal dan Komprehensif. Agama Islam meliputi tiga pokok ajaran, yaitu aqidah, syari'ah dan akhlak. Hubungan antara ketiga pokok ajaran dalam Islam ini terjalin sedemikian rupa sehingga membentuk sistem yang komprehensif. Syariah Islam dibagi menjadi dua yaitu ibadah dan mu'amalah. Ibadah diperlukan untuk menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan manusia dengan Allah Swt, sedangkan mu'amalah sebagai aturan mengenai hubungan antar sesama manusia.

Mu'amalah dalam kegiatan perekonomian di dalam Islam seperti halnya melakukan kegiatan aktifitas jual beli, sewa menyewa, hutang piutang dan sebagainya merupakan suatu keniscayaan. Semakin pesatnya perkembangan pada zaman tentunya tuntutan masyarakat semakin meningkat, terlebih lagi dalam hal bermuamalah.

Salah satu aspek penting yang berhubungan antara manusia dengan manusia adalah ekonomi. Ekonomi dalam agama Islam memiliki prinsip-prinsip hukum yang bersumber dari Al Quran dan Hadist. Dalam kedua sumber hukum tersebut terdapat prinsip-prinsip yang harus dijunjung tinggi oleh umat Islam yaitu tauhid, adil, maslahat, kebebasan, tanggung jawab, persaudaraan, dan lain sebagainya. Prinsip-prinsip ini yang menjadi landasan kegiatan ekonomi di dalam Islam yang teknis operasionalnya selalu berkembang sesuai dengan perkembangan zaman dan peradaban yang dihadapi oleh manusia.

Ekonomi menjadi kebutuhan dasar dalam memenuhi kebutuhan kesejahteraan manusia. Dalam Ekonomi Islam, kesejahteraan diartikan sebagai kesuksesan hidup di dunia dalam menjalankan tugasnya sebagai khalifah untuk beribadah kepada Allah Swt dan berlaku hasanah terhadap

sesama manusia.¹

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak pernah lepas dari masalah ekonomi. Ekonomi merupakan salah satu ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia dan aktivitas manusia yang tak akan pernah lepas dengan aktivitas produksi, distribusi, dan konsumsi. Ketiga hal tersebut harus sesuai dengan prinsip-prinsip dasar yaitu prinsip tauhid, prinsip keadilan, prinsip kebebasan, dan prinsip pertanggungjawaban. Dalam hal produksi, distribusi, konsumsi, manusia harus sesuai dengan etika islam yang menjadikan landasan kemakmuran dan ketenteraman dalam bermasyarakat.

Etika dalam setiap kegiatan ekonomi, yaitu peringatan Allah swt akan kekayaan alam yang ada di muka bumi, memproduksi hal-hal yang diperbolehkan dan halal, dalam etika mengelola sumber daya alam yang harus dilandasi dengan ilmu dan syari'ah Islam sebagai khalifah di muka bumi. Etika dalam melakukan kegiatan konsumsi menurut islam antara lain Tauhid (*Unity/Kesatuan*), Adil (*Equilibrium/keadilan*), *Free will* (kehendak bebas), Amanah (*Responsibility/pertanggung jawaban*), halal dan sederhana. Dalam proses distribusi terdapat etika yang harus dijalankan berdasarkan prinsip islam yaitu larangan Ikhtikar yaitu mencari keuntungan yang wajar, mendistribusikan kekayaan secara meluas, dan menjunjung kesamaan sosial.²

Jual beli (berdagang) merupakan pekerjaan yang baik. Dalam berdagang tentunya harus selalu mengikuti aturan yang telah ditetapkan oleh ajaran agama Islam, dan kegiatan berdagang merupakan suatu pekerjaan yang diperbolehkan oleh Allah Swt. Problematika jual beli adalah salah satu problematika yang diperhatikan oleh syariat Islam serta menggambarkan dan memberikan konsep-konsep, menciptakan struktur hukum dan menetapkan berbagai jenis usaha yang berbeda-beda, sehingga dapat dijadikan acuan bagi kalangan pebisnis dalam setiap menjalankan kegiatan

¹ Agus Arwani, "Epistemologi Hukum Ekonomi Islam (Muamalah)", *Religia*, (Vol. 15, No. 1, April/2012), h. 126.

² Agung Zulkarnain Alang, "Produksi, Konsumsi, dan Distribusi Dalam Islam", *Journal of Institution And Sharia Finance*, (Vol. 2, No. 1, Juni/2019), h. 9.

bisnisnya dan mereka dapat merealisasikan segala kepentingan yang disyariatkan dan segala kebutuhan yang adil dalam bingkai aturan bermetodologi Ilahi, dan dengan tujuan dan target yang suci.

Konsep penetapan harga dalam Islam harus sesuai dengan *Maqashid Al-Syariah*, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan diantara manusia. penentuan harga menjadi suatu keharusan untuk menegakkan kemaslahatan manusia dengan memerangi distorsi pasar (memerangi *mafsadah* atau kerusakan yang terjadi di lapangan). Secara teoretis, tidak ada perbedaan signifikan antara perekonomian klasik dengan modern. Teori harga secara mendasar sama, yaitu bahwa harga wajar atau harga keseimbangan diperoleh dari interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran dalam suatu persaingan sempurna. Dalam Islam, harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran dan keadilan ekonomi dengan mempertimbangan kepentingan para pihak yang terlibat di dalam pasar. Namun Ketika terjadi tindakan yang bersifat *Zhulm* sehingga terjadi distorsi pasar atau harga tidak berada pada titik keseimbangan, maka pemerintah sangat berperan untuk mengambil kebijakan berupa penetapan harga dengan melihat faktor-faktor penyebab terjadinya distorsi dan mengembalikan harga pada titik keseimbangan.³

Islam sangat fokus pada masalah keseimbangan harga, terutama pada bagaimana peran suatu negara dalam mewujudkan kestabilan harga dan bagaimana mengatasi masalah ketidakstabilan harga. Para Ulama berebeda pendapat mengenai boleh tidaknya Negara menetapkan harga, Sebagian ulama membolehkan peran Negara untuk menetapkan harga dan Sebagian lainnya membenarkan negara untuk menetapkan harga.⁴

Perdagangan merupakan salah satu kegiatan yang dianjurkan dalam agama Islam. Sembilan dari sepuluh mata pencaharian Nabi dilakukan melalui pintu perdagangan. Hal ini memiliki makna bahwa pintu-pintu yang menuju mata pencaharian akan terbuka melalui perdagangan. Kegiatan

³ Supriadi Muslimin, dkk., "Konsep Penetapan Harga dalam Perspektif Islam", *Al-Azhar*, (Vol. 2, No. 1, Januari/2020), h. 1.

⁴ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Cet. 3 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h. 169.

jual beli itu halal sebagaimana firman Allah Swt dalam Surat Al Baqarah ayat 275 yang berbunyi :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا
الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ
إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya” (Q.S Al Baqarah ayat 275).⁵

Salah satu permasalahan yang seringkali dihadapi oleh pelaku bisnis adalah penetapan harga. Meskipun cara yang digunakan dalam menetapkan harga yang dipakai oleh pelaku bisnis sama, yaitu didasarkan pada biaya produksi dan non produksi, persaingan antar kompetitor, permintaan pasar, serta laba/keuntungan. Dalam menentukan harga jual suatu barang pelaku bisnis perlu meninjau dari besarnya biaya produksi dan biaya non-produksi yang telah dikeluarkan oleh pelaku usaha. Harga seringkali digunakan sebagai indikator kepuasan bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang diperoleh ketika mengkonsumsi suatu barang.

Di Indonesia, banyak dijumpai penjualan produk retail dengan mencantumkan harga-harga ganjil atau yang sering disebut dengan *odd prices*. *Odd price* pada awalnya digunakan oleh ritel di Amerika Serikat yang bertujuan untuk mengurangi ketidakjujuran para kasir. Penetapan *odd prices* ini membawa sebuah konsekuensi bagi para kasir untuk mengembalikan uang kembalian kepada pembeli. Di samping itu dengan *odd prices* diharapkan pembeli akan tertarik, kesan harga lebih murah

⁵ <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=275&to=275> diakses pada tanggal 19 Maret 2023 Pukul 15.54 WIB

menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen. *Odd price* adalah salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan produknya. Salah satu contoh dari penerapan *odd price* dalam penjualan produk retail adalah produk makanan yang misal dijual dengan harga Rp 5.930, uang yang harus diserahkan oleh konsumen adalah Rp 6.000.

Namun pada kenyataannya, yang terjadi di lapangan berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis bahwa saat ini toko ritel yang ada di Indonesia belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Syariah yang mana dalam prakteknya toko-toko tersebut masih melakukan mekanisme penetapan harga yang tidak jelas yaitu menetapkan harga dengan nominal yang ganjil atau *odd price*. Penetapan harga ganjil ini mengandung unsur ketidakjelasan dan akan merugikan pihak konsumen karena pada saat pembayaran harga akan dibulatkan dan penjual mengambil keuntungan yang lebih melalui pembulatan harga tersebut.

Tabel 1.2
 Harga Toko Ritel di Indonesia
 Tahun 2022-2023

Nama Barang	Harga
Apel Fuji Wangsehan	Rp. 6.990/100 gr
Buah Naga Import	Rp. 2.550/100 gr
Jeruk Shantang	Rp. 2.690/100 gr
Jeruk Mandarin	Rp. 1.950/100 gr
Semangka Baby	Rp. 1.140/100 gr
Susu UHT Full Cream 946ml	Rp. 19.290/pcs
Cimory Yogurt Squeeze	Rp. 9.490/pcs
Nextar Nastar Cookies	Rp. 6.490/pcs
Sunco Minyak Goreng 2L	Rp. 35.900
Telur ayam Selenium 1 Pack	Rp. 37.950
Tepung terigu Kunci Biru 1 Kg	Rp. 12.990

Sumber : Katalog Ritel Superindo (Periode 2022-2023)

Penetapan harga tersebut sedikit banyaknya mengandung unsur ketidakjelasan. Penetapan harga *odd prices* pada suatu produk atau barang tidak sesuai dengan nilai mata uang yang masih berlaku saat ini di Indonesia, karena pecahan terkecil nominal mata uang yang masih digunakan di Indonesia adalah Rp. 100.- dan saat ini sudah jarang sekali ditemukan.

Hal ini belum sesuai dengan mekanisme penetapan harga berdasarkan prinsip islam yang mana dijelaskan dalam Al Qur'an surat An Nisa : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
أَنفُسِكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا تَقْتُلُوا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang bathil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”
(QS. An Nisa : 29)⁶

Berdasarkan ayat Al Quran di atas telah dijelaskan bahwa Allah swt telah melarang bermuamalah dengan cara yang bathil, yaitu dengan cara yang tidak benar dengan menerapkan harga yang tidak jelas sehingga dalam bermuamalah ada salah satu pihak yang terdzolimi dan mewajibkan dalam setiap transaksi mengandung keridhaan, dalam hal ini yang dimaksud ridha ada dalam 2 keadaan, yaitu paham dengan konsekuensi akad yang terjadi dan adanya al ikhtiyar atau tidak adanya paksaan, sebab jika ada unsur paksaan maka gugurlah kaidah ridha ini.

Dalam melakukan transaksi pembayaran di supermarket/toko ritel sering kali konsumen menerima pengembalian permen saat menerima sisa pembayaran. Pada dasarnya permen bukanlah objek utama, sebab tidak adanya niat dari calon pembeli untuk membeli permen, karenanya sebelum membeli permen maka penjual wajib menawarkan terlebih dahulu kepada calon pembeli, jika calon pembeli tidak setuju, maka diberikan kebebasan

⁶ <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=29> diakses pada tanggal 19 Maret 2023 Pukul 15.55 WIB

untuk konsumen menentukan mekanisme kembalian atau dianggap menjadi piutang bagi konsumen tersebut.

Berdasarkan ketentuan Pasal 7 huruf a Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyatakan bahwa “pelaku usaha berkewajiban beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya”, sehingga berdasarkan ketentuan tersebut sudah seharusnya pihak toko ritel harus beriktikad baik kepada konsumen dengan memberikan uang logam sebagai kembalian dalam transaksi pembayaran sekecil apapun pecahan rupiah yang harus dikembalikan oleh pihak toko ritel/supermarket tersebut. Risa Mart adalah salah satu unit usaha milik Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah Kota Semarang. Risa Mart berada dibawah naungan Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah Kota Semarang yang beralamat di jalan Raya Kaligawe Km 4 Semarang 50112 Provinsi Jawa Tengah. Risa Mart merupakan badan usaha yang bergerak dibidang perdagangan yang menyediakan kebutuhan sehari-hari untuk masyarakat, yang mana target pasar mereka adalah mahasiswa, karyawan, hingga pengunjung rumah sakit. Risa Mart memiliki 4 Outlet yang tersebar di beberapa titik yang mudah dijangkau oleh masyarakat luas, tempatnya yang strategis menjadikan Risa Mart sebagai fokus perbelanjaan untuk masyarakat sekitar karena akses yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Jumlah karyawan Risa Mart yang bertugas sebanyak 21 orang, terbagi menjadi 17 orang bertugas di 4 outlet yang tersebar di beberapa titik dan sisanya berada di kantor juga Gudang. Produk yang ditawarkan oleh Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah beragam dari mulai Kebutuhan pokok antara lain beras, tepung, minyak, hingga kebutuhan-kebutuhan pokok lainnya.

Dalam hal ini Risa Mart menjadi pusat sentral kegiatan konsumen untuk masyarakat yang tinggal di daerah tersebut karena pusat perbelanjaan terdekat yang bisa di akses oleh masyarakat sekitar hanya Risa Mart, disamping letak strategis Risa Mart yang dekat dengan Rumah Sakit Sultan Agung, Universitas Sultan Agung, dan Terminal Terboyo yang mana daerah ini menjadi jantung perekonomian yang melibatkan banyak

orang di dalamnya serta penetapan harga yang dilakukan oleh Risa Mart agar tetap kompetitif dibandingkan toko ritel yang ada disekitar kawasan tersebut yang menjadikan masyarakat sekitar memilih Risa Mart sebagai tempat perbelanjaan kebutuhan pokok untuk sehari-hari.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti terkait Mekanisme Penetapan Harga Jual Barang dalam Perspektif Ekonomi Islam dengan studi kasus pada Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah yang mana unit usaha ini bergerak pada bidang perdagangan barang yang membawa ikon Syariah dalam bisnis yang dijalankannya. Dari uraian tersebut di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat permasalahan mengenai “Analisis Penetapan Harga Jual Barang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus : Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana mekanisme penetapan harga jual barang pada Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah ?
2. Analisis perspektif ekonomi Islam dalam penetapan harga jual barang pada Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui mekanisme penetapan harga jual barang di Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah jika ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. Peneliti berharap dapat memberikan penjelasan lebih lanjut terkait dengan mekanisme penetapan harga jual barang yang berdasarkan dengan prinsip-prinsip ekonomi islam yang bersumber dari Al Quran dan Hadist.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat antara lain :

- a. Secara teoritis

- 1) Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya khasanah keilmuan serta wawasan dalam praktek jual beli khususnya dalam mekanisme penetapan harga jual barang pada Risa Mart Koperasi Sultan Agung Syariah.
- 2) Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan referensi bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang.

b. Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat sebagai bahan masukan bagi Risa Mart Koperasi Sultan Agung Syariah dalam penetapan harga barang dalam menjalankan praktek jual beli berdasarkan prinsip-prinsip Ekonomi Islam yang adil dan bersumber dari ayat-ayat Al Quran dan Hadist.

D. Tinjauan Pustaka

Sebelum menulis dan melakukan penelitian ini, peneliti telah memahami dan berpedoman kepada beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Sebelum penulis melakukan penelitian, penulis telah melihat beberapa literatur dimana penelitian sebelumnya belum ada yang membahas tentang mekanisme penetapan harga jual barang berdasarkan perspektif ekonomi islam studi kasus pada Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah, dimana dalam perspektif ekonomi islam penetapan harga harus didasari oleh nilai-nilai keadilan dengan menetapkan harga wajar serta tidak mengambil keuntungan yang besar dan merupakan titik keseimbangan antara kekuatan permintaan dan penawaran yang telah disepakati.

Dalam penelitian sebelumnya, penulis menemukan beberapa penelitian yang membahas tentang mekanisme penetapan harga yang terjadi di Indonesia. Dalam penelitian tersebut mekanisme penetapan harga antara satu produsen dan pedagang lainnya berbeda-beda serta meninjau pelaksanaan penerapan prinsip ekonomi islam dalam menetapkan harga, hal ini yang menjadi dasar penulis tertarik untuk meneliti terkait mekanisme penetapan harga yang berdasarkan prinsip ekonomi Islam.

Penelitian pertama dilakukan oleh Alimuddin dalam Jurnal Ekuitas yang berjudul Merangkai Konsep Harga Jual Berbasis Nilai Keadilan Dalam Islam pada tahun 2011. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa dalam pandangan keadilan yang Islami, keuntungan yang adil bagi pemilik dan keluarganya, kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan hidup yang layak untuk kebutuhan keseimbangan dunia maupun akhiratnya. Konsep harga jual berbasis nilai keadilan dalam Islam berdasarkan metode *bayani* adalah *cost plus profane basic needs*, yaitu suatu penetapan harga jual berdasarkan seluruh biaya yang terjadi untuk menghasilkan produk dan biaya untuk memasarkan produk pengusaha dan keluarganya. Sedangkan berbasis metode *Burhani* adalah *cost plus basic needs* yaitu *cost plus profane basic needs* ditambah dengan kebutuhan akhirat pengusaha yang meliputi zakat, haji, dan sunnah. Adapun konsep harga jual berbasis nilai keadilan dalam Islam berdasarkan metode *Irfani* adalah *cost plus basic needs and environment* yaitu *cost plus basic needs* ditambah biaya untuk pelestarian lingkungan dan untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat disekitarnya dan generasi mendatang.⁷

Penelitian kedua dilakukan oleh Sholikul Hadi dalam jurnal Al Kharaj yang berjudul Strategi Penetapan Harga Komoditas Dalam Perspektif Ekonomi Syariah pada tahun 2019. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Strategi penetapan harga komoditas dalam Ekonomi Syariah dapat diterapkan dengan melihat kondisi permintaan dan penawaran di pasar. Penerapan harga dalam islam harus bercirikan keadilan, artinya harga harus berstandar pada prinsip keadilan bagi semua pihak dan tidak diperbolehkan adanya pihak yang dirugikan baik konsumen maupun produsen dan harga di dasarkan atas asas kebebasan, harga yang terbentuk merupakan hasil atas pertemuan antara permintaan dan penawaran yang didasarkan atas keinginan, serta mekanisme pasar.⁸

⁷ Alimuddin, "Merangkai Konsep Harga Jual Berbasis Nilai Keadilan Dalam Islam", *Ekuitas*, (Vol. 15, No. 4, 2011), h. 544.

⁸ Sholikul Hadi, "Strategi Penetapan Harga Komoditas Dalam Perspektif Ekonomi Syariah", *Al Kharaj*, (Vol. 1, No. 2, 2019), h. 209.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Kartika Imasari Tjiptodjojo dalam jurnal Manajemen yang berjudul *Odd Prices : Harga, Psikologi dan perilaku Konsumen Dalam Purchase Decision Making* pada tahun 2012. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa *Odd prices* atau harga ganjil merupakan harga dimana nilainya sedikit lebih rendah dibandingkan dari harga yang biasanya dan dari harga ini dapat mempengaruhi psikologi seseorang sehingga sering kali *odd prices* disebut juga dengan harga psikologi. Namun ada hal yang paling penting dan perlu diingat adalah bagaimana penerapan strategi seperti ini tidak hanya dapat memberikan manfaat bagi perusahaan saja namun juga tetap memikirkan kepentingan konsumen itu sendiri.⁹

Penelitian keempat dilakukan oleh Ade Irma Dwiratnaningrum dalam jurnal *Robust Research Business and Economics Studies* yang berjudul *Mekanisme Penetapan Harga dalam Pandangan Islam studi kasus pada pedagang kaki lima di pasar tradisional Ranomeeto pada tahun 2022*. Hasil dari penelitian ini menjelaskan hal-hal yang mempengaruhi penentuan harga di pasar Ranomeeto adalah tingkat modal dari usaha, biaya sewa dan pajak retribusi, jenis dan kualitas suatu barang. Dalam penelitian ini penentuan harga untuk barang pokok berbeda dengan pedagang yang menjual barang-barang keperluan rumah tangga. Penetapan harga barang pokok berdasarkan harga pada umumnya yaitu harga yang berlaku disemua tempat, sementara untuk pedagang barang mereka menetapkan harga sesuai kualitas dari barang-barang tersebut sesuai dengan merk dan kualitas karena semakin bagus maka harganya semakin tinggi. Jika ditinjau dari pandangan Islam pasar Ranomeeto sudah sesuai karena menetapkan harga barang dengan berlandaskan harga pasar pada umumnya dan tidak bertentangan dengan sistem ekonomi Islam.¹⁰

Penelitian kelima dilakukan oleh Yuli Ratni dalam penelitian skripsi dengan judul *Analisis Mekanisme Penetapan Harga Ganjil (ODD*

⁹ Kartika Imasari Tjiptodjojo, "Odd Prices : Harga, Psikologi, dan Perilaku Konsumen dalam Purchasing Decision Making", *Manajemen*, (Vol. 11, No. 2, 2012), h. 148.

¹⁰ Ade Irma Dwiratnaningrum, "Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Kaki Lima di Pasar Tradisional Ranomeeto)", *Robust*, (Vol. 3, No. 1, 2022), h. 52.

PRICES) Dalam Perspektif Ekonomi Syariah studi kasus di toko-toko Ritel Kota Parepare pada tahun 2021. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwasannya implikasi penetapan harga *odd prices* sangat efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen karena harga ganjil mempengaruhi psikologi konsumen dengan membuat perspektif konsumen terhadap harga suatu barang menjadi lebih murah serta penetapan harga ganjil yang diterapkan oleh toko ritel sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Syariah karena penjual tidak mematok harga yang terlalu tinggi dari harga pasar sehingga tidak ada pihak yang dirugikan.¹¹

Penelitian keenam dilakukan oleh Nurul Rosyidah dalam penelitian skripsi dengan judul Analisis Penetapan Harga Jual Bawang Merah Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Sengon Kec. Tanjung Kab. Brebes pada tahun 2019. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwasannya Penetapan Harga Jual Bawang Merah menggunakan metode penetapan berbasis biaya, harga bawang merah dihitung dari biaya-biaya pengeluaran, baik produksi barang, transportasi dan lain sebagainya kemudian ditambah dengan margin keuntungan yang diinginkan dan dari situlah harga bawang merah didapatkan. Penetapan harga ini sudah memenuhi unsur dalam prinsip-prinsip ekonomi Islam karena menetapkan harga berdasarkan harga adil, saling ridha, dan mekanisme penetapan harganya berorientasi pada kesejahteraan.¹²

E. Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang akurat sesuai dengan latar belakang masalah diatas dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian :

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode Observasi lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan

¹¹ Yuli Ratni, Analisis Mekanisme Penetapan Harga Ganjil (ODD PRICES) Dalam Perspektif Ekonomi Syariah studi kasus di toko-toko Ritel Kota Parepare, (Skripsi: Program Studi Ekonomi Syariah IAIN PAREPARE, 2021), h. 62.

¹² Nurul Rosyidah, Analisis Penetapan Harga Jual Bawang Merah Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Sengon Kec. Tanjung Kab. Brebes, (Skripsi: Program Studi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang, 2019), h. 113

melakukan observasi dan wawancara secara langsung ke suatu objek penelitian yang di maksud guna untuk mengetahui seperti apa mekanisme penetapan harga jual barang di Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif digunakan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari informan dan perilaku yang dapat diamati.¹³

Penelitian ini dikatakan kualitatif karena penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji atau meneliti suatu objek pada latar alamiah tanpa ada manipulasi data didalamnya, dan dari hasil penelitian diharapkan pun bukanlah berdasarkan ukuran kuantitas, melainkan makna atau segi kualitas fenomena-fenomena yang diamati oleh peneliti.

Penulis melakukan penelitian di Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah dengan pendekatan penelitian kualitatif dengan tujuan penulis mendapatkan informasi data yang relevan dengan metode wawancara dan observasi langsung fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan.

2. Sumber Penelitian

Sumber data yang akan dikumpulkan oleh peneliti pada penelitian ini terbagi menjadi dua sumber data, yaitu :

a. Data Primer

Data Primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa wawancara dan observasi.

Data primer yang didapatkan oleh penulis berupa hasil observasi langsung yang dicatat dan direkam melalui telephone genggam dengan tujuan mendapatkan informasi lengkap dan akurat untuk

¹³ Indriantoro, dkk., *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2012), h. 74.

menyusun penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu suatu data yang diperoleh/dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain, biasanya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

Data sekunder yang penulis dapatkan berupa data tertulis dan dokumentasi arsip-arsip resmi milik Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah untuk menunjang dan memperkuat data primer yang penulis dapatkan.

3. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah Staff atau karyawan Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah Kota Semarang yang menjadi sumber informasi dan data pada penelitian ini.

b. Objek penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah mekanisme dalam penetapan harga jual barang Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah berdasarkan perspektif Ekonomi Islam yang adil dan bersumber dari Al Quran dan Hadist.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu cara memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini dilakukan beberapa metode dalam mengumpulkan data untuk mendapatkan informasi atas data-data yang akurat antara lain :

a. Metode Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas

pertanyaan tersebut.¹⁴ Ciri utama dalam kegiatan wawancara adalah kontak langsung antara pewawancara sebagai pencari informasi dan terwawancara sebagai sumber informasi. Sebelum kegiatan wawancara pewawancara sudah menyiapkan berbagai macam pertanyaan untuk diajukan guna memperoleh suatu informasi yang ingin di dapatkan. Setelah memberikan pertanyaan kepada subjek penelitian tidak lupa untuk mencatat hasil wawancara berupa perekam suara, video, maupun buku catatan. Penulis menggunakan metode wawancara langsung kepada karyawan Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah dengan menggunakan telephone genggam untuk merekam serta buku tulis untuk mencatat informasi yang diberikan oleh narasumber.

b. Metode Observasi

Observasi merupakan suatu aktivitas penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian melalui proses pengamatan langsung di lapangan. Peneliti berada ditempat itu untuk mendapatkan sumber informasi dan data-data yang valid untuk laporan yang akan diajukan nantinya. Observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat semua informasi yang mereka butuhkan selama penelitian berlangsung.¹⁵

Observasi yang dilakukan pada oleh peneliti dengan cara mengumpulkan data resmi dan mengamati langsung di gerai toko bagaimana penetapan harga barang pada Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip,

¹⁴ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 186.

¹⁵ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Gramedia Widiarsa Indonesia, 2002), h. 116.

dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Penggunaan metode dokumentasi sudah lama digunakan untuk penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data yang dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan bahkan untuk meramalkan.¹⁶ Adanya metode dokumentasi ini untuk mendukung keaslian data penelitian yang dilakukan sehingga menghasilkan data-data yang akurat serta valid.

Dalam metode ini, penulis mengumpulkan data-data yang bersumber dari arsip-arsip resmi serta dokumen valid milik Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah

d. Triangulasi Data

Triangulasi data yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.¹⁷ Peneliti menggunakan bermacam-macam sumber data dan menggunakan beberapa teknik seperti observasi, dan dokumentasi. Triangulasi data dilakukan dengan cara membandingkan perspektif dan keadaan seseorang dengan berbagai pandangan dan pendapat orang lain serta membandingkan hasil wawancara lapangan, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan.

5. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data merupakan suatu proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan suatu uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Penelitian ini menggunakan metode analisis data secara kualitatif, karena data yang diperoleh merupakan data kualitatif yaitu berupa keterangan-keterangan dalam bentuk uraian-uraian dan bukan berbentuk angka-angka. Analisis data adalah upaya memilah

¹⁶ Lexy J. Moleong, "*Metodologi Penelitian..*", h. 217

¹⁷ Lexy J. Moleong, "*Metodologi Penelitian..*", h. 330

milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.¹⁸

Berdasarkan keterangan di atas maka dalam menganalisa data, peneliti menggunakan data yang diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Data tersebut di analisa menggunakan cara berpikir induktif yang berdasar dari Mekanisme Penetapan Harga Jual Barang Studi Kasus Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah berdasarkan pendekatan Prinsip Ekonomi Islam.

F. Sistematika Penulisan

Untuk menguraikan rumusan masalah di atas, maka penulis menyusun kerangka penelitian secara sistematis, dengan tujuan pembahasan dari penelitian mudah dipahami dan lebih terarah sehingga tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Penulisan skripsi ini terbagi kedalam lima bab dengan perincian, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori yaitu mengkaji teori yang berkaitan dengan mekanisme penetapan harga jual barang dan jasa menggunakan pendekatan perspektif ekonomi islam.

BAB III GAMBARAN UMUM TENTANG OBJEK PENELITIAN

Bab ini meliputi tentang gambaran umum Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah meliputi sejarah berdiri, alamat kantor dan kontak, visi dan misi, Struktur Organisasi, dan mekanisme penetapan harga yang dilakukan oleh manajemen Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah.

¹⁸ Lexy J. Moleong, "*Metodologi Penelitian..*", h. 248

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan pokok pembahasan dari penelitian skripsi yang menganalisis mekanisme penetapan harga pada Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung syariah berdasarkan perspektif ekonomi islam.

BAB V PENUTUP

Bab ini meliputi kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran terkait penelitian dan juga kata penutup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Kata jual beli berasal dari dua kata, yaitu jual dan beli. Kata jual dalam Bahasa arab dikenal dengan istilah *al-bay* yaitu masdhar dari *ba'a-yabi'u-bay'an* yang artinya menjual.¹⁹ Dalam istilah fiqh jual beli atau perdagangan disebut *al-bai'* yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti atau menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.²⁰

Jual beli secara bahasa artinya memindahkan hak milik terhadap benda dengan akad saling mengganti. Sedangkan menurut istilah adalah akad saling mengganti dengan harta yang berakibat kepada kepemilikan terhadap suatu benda atau manfaat untuk tempo waktu selamanya. Dengan kata "*saling mengganti*" maka tidak termasuk di dalamnya hibah, dan yang lain yang tidak ada saling mengganti, dan dengan kata "*harta*" tidak termasuk akad nikah sebab walaupun ada saling ganti namun ia bukan mengganti harta dengan harta akan tetapi halalnya bersenang-senang dengan istri, dan dengan kata "*kepemilikan harta dan manfaatnya untuk selama lamanya*", maka tidak termasuk di dalamnya akad sewa karena hak milik dalam sewa bukan kepada bendanya akan tetapi manfaatnya.²¹

Definisi jual beli menurut *syara'* senada dengan definisinya menurut bahasa yaitu pertukaran harta dengan harta. Fiqh mengatur tata cara pelaksanaannya agar sesuai dengan syari'at Islam. Aturan *syara'* tersebut berupa ijab Kabul dan syarat rukun jual beli, disamping keberadaan kerelaan yang menjiwai ijab Kabul.²²

¹⁹ H. Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, Cet. I : (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 15.

²⁰ Abdul Rahman Ghazaly, dkk., *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 67.

²¹ Abdul Aziz Muhammad Azam. *Fiqh Muamalat*, penerjemah Nadirsyah Hawari, Cet. I (Jakarta: Amzah, 2010), h. 23-24.

²² Nur Fathoni, "Konsep Jual Beli dalam Fatwa DSN MUI", *Economica* (Vol. 4, Edisi 1, Mei/2013), h. 57

Penjelasan tersebut serupa dengan apa yang tertulis dalam *Shahih fiqh sunnah*, namun ada beberapa penambahan yaitu : bukan kebutuhan mendesak dan dengan sesuatu yang setara dari salah satunya. Pernyataan “*bukan kebutuhan mendesak*” untuk mengecualikan dari sesuatu yang boleh dimanfaatkan karena kebutuhan mendesak atau darurat, seperti bolehnya memanfaatkan bangkai karena darurat, atau anjing pemburu karena kebutuhan mendesak. Pernyataan “*dengan sesuatu yang setara dari salah satunya*” artinya pertukaran harta, walaupun berupa jaminan atau manfaat, dengan yang setara dari salah satunya.²³

Definisi jual-beli menurut beberapa ulama madzhab, antara lain :

- a. Menurut Hanafiah, menyatakan bahwa jual beli memiliki dua arti yaitu arti khusus dan arti umum. Arti khusus yaitu Jual beli adalah menukar benda dengan dua mata uang (emas dan perak) dan semacamnya, atau tukar-menukar barang dengan uang atau semacam menurut cara yang khusus. Arti umum yaitu Jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta menurut cara yang khusus, harta mencakup zat (barang) atau uang.²⁴
- b. Menurut syafi’iyah tentang jual beli memberikan definisi jual beli dengan aqad yang mengandung tukar menukar harta dengan harta dengan syarat yang akan diuraikan nanti untuk memperoleh kepemilikan atas benda atau manfaat untuk waktu selamanya.²⁵
- c. Menurut Hanabilah memberikan definisi jual beli sebagai berikut; tukar-menukar harta dengan harta tukar menukar manfaat yang mubah dengan manfaat yang mubah untuk waktu selamanya, bukan riba dan bukan hutang.
- d. Menurut Hasbi ash-shiddiqie jual beli adalah akad yang tegak atas dasar pertukaran harta dengan harta, maka jadilah harta penukaran milik secara tetap.²⁶

²³ Abu Malik Kamal bin as-Sayid Salim, *Shahih Fiqh Sunah*, penerjemah Ahmad Syaikh, Cet. I (Jakarta: Pustaka At Tazkia, 2012), h. 370.

²⁴ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, Cet. I (Jakarta: Amzah, 2010), h. 173.

²⁵ Ibid, h. 173.

²⁶ Hasbi Ash Shiddiqie, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1987), h. 97.

2. Hukum Jual Beli

Jual beli disyariatkan berdasarkan Al Qur'an, Sunnah, Ijma', yakni :

a. Al Qur'an

Firman Allah Surah Al Baqarah : 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا
إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.” (QS. Al Baqarah 2 : 275)²⁷

Menurut Hasbi Ash Siddieqy dalam Kitabnya Tafsir Al-Bayan menjelaskan ayat tentang Riba, dalam tafsirnya ini beliau menjelaskan bahwasannya orang-orang yang memakan riba tiada berdiri melainkan sebagai berdiri orang yang dibanting oleh syaiton (Kerasukan syaiton). Yang demikian itu disebabkan karena perkataan mereka sendiri yang menyamakan jual beli dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba dan Allah tidak menyamakan hukum antara keduanya. Maka barang siapa dating kepadanya pengajaran dari tuhannya lalu berhenti maka menjadi kepunyaan apa yang telah diambil dan urusannya terserah kepada Allah, dan barangsiapa Kembali lagi (memakan riba) maka itulah penghuni neraka dan mereka kekal di dalam selamanya.²⁸

²⁷ <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=275&to=275> diakses pada tanggal 19 Maret 2023 Pukul 15.58 WIB

²⁸ Prof. Dr. T. M. Hasbi Ash Shiddieqy, *Tafsir Al Bayan*, Jil. I (Bandung: PT Al Maarif), h. 276.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا
يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا
يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ
فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ
وَأَمْرَأَتْنِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْب
الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ
وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْلَىٰ إِلَّا تَرَ تَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاصِرَةٌ تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ
جُنَاحٌ إِلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَلَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ
بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajar-kan kepadanya. Hendaklah dia mencatat(-nya) dan orang yang berutang itu mendiktekan(-nya). Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu pada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada

Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (QS. Al Baqarah 2 : 282)²⁹

Dalam ayat 282 surat Al Baqarah di atas merupakan salah satu ayat yang Panjang di dalam Al Quran dan dikenal dengan nama ayat *Al Mudayanah* yang artinya ayat hutang-piutang. Apabila kalian melakukan utang piutang (tidak secara tunai) dengan waktu yang ditentukan, maka waktunya harus jelas, catatlah waktunya untuk melindungi hak masing- masing dan menghindari perselisihan. Yang bertugas mencatat itu hendaknya orang yang adil. Dan janganlah petugas pencatat itu enggan menuliskannya sebagai ungkapan rasa syukur atas ilmu yang diajarkan-Nya. Hendaklah ia mencatat utang tersebut sesuai dengan pengakuan pihak yang berutang, takut kepada Allah dan tidak mengurangi jumlah utangnya. Sehingga, kalau yang satu lupa, yang lain mengingatkan. Kalau diminta bersaksi, mereka tidak boleh enggan memberi kesaksian. Janganlah bosan-bosan mencatat segala persoalan dari yang kecil sampai yang besar selama dilakukan secara tidak tunai. Sebab yang demikian itu lebih adil menurut syariat Allah, lebih kuat bukti kebenaran persaksiannya dan lebih dekat kepada penghilangan keraguan di antara kalian. Kecuali kalau transaksi itu kalian lakukan dalam perdagangan secara langsung (tunai), kalian tidak perlu mencatatnya, sebab memang tidak diperlukan. Yang diminta dari kalian hanyalah persaksian atas transaksi untuk menyelesaikan perselisihan.³⁰

b. Sunnah

Hadis dari Abu Said Al Khudri, Rasulullah SAW bersabda :

إنما البيع عن تراض

“sesungguhnya jual beli itu di atas saling ridha.” (HR. Ibnu Majah no. 2185). Ketika ditanya tentang usaha yang paling utama, Nabi

²⁹ <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=282&to=282> diakses pada tanggal 19 Maret 2023 Pukul 15.59 WIB

³⁰ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al Mishbah*, Jil. I, (Jakarta: Lentera hati, 2002) h. 602.

SAW menjawab: “usaha seseorang dengan usahanya sendiri, dan setiap jual beli yang mabrur”. Jual beli yang mabrur adalah setiap jual beli yang tidak ada dusta dan khianat, sedangkan dusta itu adalah penyamaran dalam barang yang dijual, dan penyamaran itu adalah menyembunyikan aib barang dari pembeli.³¹

c. Ijma’

Ulama telah bersepakat bahwa jual-beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. Bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkan tersebut harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.

3. Rukun dan syarat jual beli

Rukun jual beli ada tiga yaitu kedua belah pihak yang berakad, barang yang diakadkan dan lafal (*shigat*).

a. *Shigat (Ijab Qabul)*

Ijab diambil dari kata *aujaba* yang artinya meletakkan, dari pihak penjual yaitu pemberian hak milik, dan qabul yaitu orang yang menerima hak milik.³² Mengenai hal ini ada 3 (tiga) pendapat para ahli fiqih :

Pertama, transaksi jual beli tidak sah kecuali dengan ucapan serah dan terima, dan hukum asal akad baik dalam jual beli, sewa menyewa, hibah dan nikah.

Kedua, akad hukumnya sah hanya dengan perbuatan untuk hal-hal yang akadnya banyak dilakukan dengan perbuatan seperti orang yang menyerahkan pakaiannya kepada tukang jahit atau orang yang membangun masjid dan mengizinkan khalayak untuk sholat di dalamnya.

Ketiga, akad dianggap sah dengan segala hal yang menunjukkan pada tujuannya, baik dengan perkataan ataupun perbuatan. Jadi setiap hal yang dianggap oleh manusia sebagai jual-beli dan

³¹ Abdul Aziz Muhammad Azam, “*Fiqh Muamalat..*”, h. 27.

³² Abdul Aziz Muhammad Azam, “*Fiqh Muamalat..*”, h. 28

persewaan, maka itu adalah jual beli dan persewaan, walaupun manusia berbeda-beda dalam pengungkapan dan perbuatan.³³

b. Pihak yang berakad

Penjual dan pembeli memiliki andil dalam terjadinya perpindahan kepemilikan yang menjadi perhatian utama jika dikatakan pihak yang berakad, ada 4 hal harga dan syarat yang dikatakan yaitu : bebas berbuat, tidak ada pemaksaan tanpa kebenaran, keislaman orang yang membeli mushaf atau kitab hadits, atau kitab ilmu yang didalamnya ada ucapan kaum salaf, terjamin pembeli jika yang dijual adalah perlatan perang.³⁴

c. Barang yang diakadkan

Barang yang diakadkan adalah harta yang akan dipindahkan dari tangan salah seorang yang akan berakad kepada pihak lain, baik harga atau barang berharga.³⁵

4. Hak dan Kewajiban antara Penjual dan Pembeli

Untuk menghindari terjadinya kerugian kedua belah pihak maka kegiatan jual beli haruslah dilakukan dengan dasar kejujuran, tidak adanya penipuan, kekeliruan, paksaan, serta hal lainnya yang dapat mengakibatkan persengketaan dan kekecewaan dan penyesalan bagi kedua belah pihak. Maka dalam hal ini kedua belah pihak harus melaksanakan apa yang menjadi hak dan kewajiban dari masing-masing, yaitu : pihak penjual menyerahkan barang yang akan dijual dan pihak pembeli menyerahkan uangnya sebagai pembayaran dan yang perlu diperhatikan adalah hendaknya dilakukan penulisan dari transaksi tersebut untuk menghindari dari kemungkinan terjadinya perselisihan, pengingkaran dan pemalsuan maka dalam hal ini diperlukan adanya saksi.³⁶

³³ Abu Malik Kamal bin as-Sayid Salim, "*Shahih Fiqh Sunah..*", h. 380-381.

³⁴ Abdul Aziz Muhammad Azam, "*Fiqh Muamalat..*", h. 39-46.

³⁵ Abdul Aziz Muhammad Azam, "*Fiqh Muamalat..*", h. 47

³⁶ Shobirin, "Jual Beli Dalam Pandangan Islam", *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, (Vol 3, No. 2, Desember/2015), h. 255.

B. Teori tentang harga

1. Pengertian Harga

Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/ kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa.³⁷ Menurut William J. Stanton harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Menurut Jerome Mc Cartgy definisi harga adalah apa yang dibebankan untuk sesuatu hal.³⁸

Menurut Michael J. Etzal, definisi harga adalah nilai yang disebutkan dalam suatu mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar. Dalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain.³⁹

Menurut Kotler, definisi harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan suatu harga dalam berbagai cara, di dalam perusahaan kecil harga sering kali ditetapkan oleh manajemen puncak.⁴⁰

Sedangkan menurut Sofjan Assauri, definisi harga adalah beban atau nilai bagi konsumen, yang didapatkan dengan memperoleh dan menggunakan suatu produk, termasuk biaya keuangan konsumsi disamping biaya-biaya social yang bukan keuangan, seperti waktu, upaya, psikis, resiko, dan gengsi social.⁴¹

Menurut sejarah, harga pada umumnya ditetapkan oleh pembeli dan penjual yang saling bernegosiasi. Penjual akan meminta harga yang lebih tinggi dari apa yang akan mereka terima dan pembeli akan menawarkan

³⁷ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang : Bayumedia Publishing, 2004), h. 178.

³⁸ Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran, Cet. 2* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 268.

³⁹ Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis*, (Jakarta: CAPS Center For Academic Publishing Service, 2013), h. 179-180.

⁴⁰ Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2* (Jakarta: Terj. Ancella Anitawati Hermawan, Salemba Empat, 2001), h. 478.

⁴¹ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing, Cet 1*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), h. 118.

kurang dari apa yang akan mereka harapkan untuk membayar. Melalui negosiasi ini mereka akhirnya akan sampai pada harga yang akan mereka sepakati bersama.⁴²

Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Agama Islam memberikan kebebasan dalam penentuan harga yang artinya segala bentuk konsep mekanisme penentuan harga yang terjadi dalam suatu transaksi jual beli dalam ajaran agama Islam diperbolehkan selama tidak ada dalil dalam Al Quran dan Hadist yang melarangnya, dan selama penentuan harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli.

Harga menjadi suatu hal yang sangat penting, maknanya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya jika harga barang terlalu murah, maka keuntungan yang didapat menjadi berkurang atau sedikit. Penetapan suatu harga yang ditentukan oleh penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan dan bahkan kerugian yang diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran. Dalam menetapkan harga jual dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti :⁴³

- a. Penetapan harga jual oleh pasar, yang artinya penjual tidak dapat mengontrol harga yang dilempar dipasaran. Harga ditentukan oleh mekanisme penawaran dan permintaan dalam keadaan seperti ini penjual tidak dapat menetapkan harga jual yang diinginkan.
- b. Penetapan harga jual yang dilakukan oleh pemerintah, artinya pemerintah berwenang menetapkan harga barang dan jasa terutama menyangkut masyarakat umum. Perusahaan tidak dapat menetapkan harga jual barang sesuai kehendaknya.
- c. Penetapan harga jual yang dicontoh oleh perusahaan, maksudnya harga ditetapkan sendiri oleh perusahaan. Penjual menetapkan

⁴² Soemarsono, *Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual* (Jakarta: Rieneka Cipta,1990), h. 634.

⁴³ Soemarsono, *Peranan Pokok dalam..*, h. 17

harga dan pembeli boleh memilih, membeli atau tidak, harga ditetapkan oleh keputusan atau kebijaksanaan dalam perusahaan.

Dalam pengukuran nilai suatu produk dalam pasar biasanya menggunakan mata uang. Jumlah banyaknya uang tersebut biasanya menunjukkan suatu produk atau jika seseorang ingin membeli suatu barang dan jasa, maka orang tersebut akan mengeluarkan sejumlah uang sebagai pengganti barang dan jasa tersebut. Sehingga harga dapat diartikan sebagai nilai pertukaran yang ditetapkan oleh penjual dan pembeli untuk memperoleh suatu produk.⁴⁴

Dalam sistem perdagangan, kita mengenal istilah harga, penentuan harga merupakan salah satu aspek terpenting dalam kegiatan perdagangan. Harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya suatu produk dalam perdagangan. Jika salah dalam menentukan harga maka akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya. Harga merupakan satu-satunya unsur dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan jualan barang dan jasa. Oleh karena itu, harga yang ditetapkan penjual harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen.⁴⁵

2. Tujuan Penetapan Harga

Penentuan harga oleh suatu Lembaga dimaksudkan untuk berbagai tujuan yang hendak dicapai. Secara umum tujuan penentuan harga adalah sebagai berikut :

a. Berorientasi pada Laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimalisasi laba. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan. Maksimalisasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat

⁴⁴ Indara NS, " *Pengertian Harga*", <http://www.one.indoskripsi.com>, diakses 04 Desember 2022.

⁴⁵ Kurniawan Saifullah, *Studi Kelayakan Bisnis*, Cet. 2 (Jakarta : Kencana,2006), h. 24.

dicapai pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian, tidak mungkin suatu perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum.

b. Berorientasi pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harga-harga berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah *volume pricing objectives*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (absolut maupun relatif). Tujuan ini banyak diterapkan oleh perusahaan penerbangan, lembaga pendidikan, perusahaan tour and travel, pengusaha bioskop dan pemilik bisnis pertunjukan lainnya, serta penyelenggaraan seminar-seminar.

c. Berorientasi pada Citra

Citra (image) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*), misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah di suatu wilayah tertentu. Pada hakikatnya, baik penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

d. Stabilisasi Harga

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba, harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing. Metode penetapan harga berbasis persaingan terdiri atas empat macam, yaitu *customary pricing*, *above*, *at*, *below market pricing*, *loss leader pricing*, dan *sealed bid pricing*.

3. Dasar Hukum Harga

Al Quran dan Hadis adalah 2 sumber pedoman pokok umat Islam, dan Al Quran merupakan Kalam Ilahi yang bersifat Abadi yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW melalui malaikat Jibril sekaligus menjadi sumber hukum yang memberi inspirasi pengaturan tentang segala aspek dalam kehidupan. Hadis adalah perkataan, perbuatan, ketetapan yang berasal dari Nabi Muhammad SAW yang dijadikan landasan syariat Islam, dalam hal ini Hadis merupakan sumber hukum kedua setelah Al Quran.

a. Al Quran

Dalam melakukan kegiatan ekonomi, agama islam melarang ada pihak yang dirugikan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al Quran surah Al Baqarah ayat 279, yang berbunyi :

فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

“Jika kamu tidak melaksanakannya, ketahuilah akan terjadi perang (dahsyat) dari Allah dan Rasul-Nya. Akan tetapi, jika kamu bertobat, kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan).” (QS.Al Baqarah 2: 279)⁴⁶

Dalam Tafsir Al Bayan Hasbi Ash Shiddieqy berpendapat bahwa jika kamu mengerjakannya (Riba) atau tidak meninggalkannya maka ketahuilah Allah dan Rasulnya akan memerangi kamu dan jika kamu bertaubat dari memakan Riba maka bagimulah pokok hartamu, Allah melarang melakukan aniaya dan menganiaya.⁴⁷

Dalam Al Quran surah Hud ayat 85, Allah SWT berfirman :

وَيَقُومِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

⁴⁶ <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=279&to=279> diakses pada tanggal 19 Maret 2023 Pukul 16.02 WIB

⁴⁷ Prof. Dr. T. M. Hasbi Ash Shiddieqy, “*Tafsir Al Bayan..*”, h. 276.

“Wahai kaumku, penuhilah takaran dan timbangan dengan adil! Janganlah kamu merugikan manusia akan hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di bumi dengan menjadi perusak!” (QS Hud 11 : 85)⁴⁸

Imam Ibnu Katsir menjelaskan di dalam kitabnya Tafsir Ibnu Katsir bahwa Nabi Syu'aib melarang mereka agar tidak mengurangi timbangan dan takaran Ketika menimbang atau menakar untuk orang lain. Kemudian ia memerintahkan mereka agar menempati timbangan dan takaran secara adil (jujur) baik menerima atau memberi. Nabi syu'aib juga melarang mereka agar tidak berbuat congkak di bumi dengan melakukan kerusakan, karena pada waktu itu mereka sering menjagal (merampok).

b. Hadis

Ketika harga sedang naik, Rasulullah SAW pernah di minta oleh masyarakat agar menentukan tingkat harga, maka Rasulullah SAW bersabda :

عن أنس بن مالك رضي الله عنه مرفوعاً: قال الناس: يا رسول الله، غَلَا السَّعْرُ فَسَيَعِزُّ لَنَا، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ، وَإِنِّي لأرجو أن ألقى الله وليس أحدٌ منكم يُطالبُنِي بمظلمةٍ في دِمٍّ ولا مالٍ

“Allahlah yang menentukan harga, yang mencabut yang meluaskan dan yang memberikan rezeki, saya mengharap ingin bertemu Allah sedang tidak ada seorang pun di antara kamu yang meminta saya supaya berbuat zalim baik terhadap darah maupun harta benda” (HR. Ahmad, Abu Daud, Tirmidzi, Ibnu Majah, Ad Darimi dan Abu Ta'la).⁴⁹

Agama islam mewajibkan untuk selalu berlaku adil terhadap sesama serta selalu berbuat kebajikan. Dalam berbisnis, adil adalah salah satu syarat yang paling mendasar, arti kata adil disini adalah dalam menentukan ukuran serta mutu yang digunakan karena seseorang yang berlaku adil tidak akan merugi dan tertipu oleh

⁴⁸ <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/11?from=85&to=85> diakses pada tanggal 19 Maret 2023 Pukul 16.04 WIB

⁴⁹ Tatik Maryati, *Ekonomi Mikro Islam Versus Konvensional* (Jakarta: Universitas Trisakti, 2017), h. 92.

kehidupan dunia. Dalam islam juga melarang membawa suatu kondisi yang dapat menimbulkan keraguan yang dapat menyesatkan terlebih melakukan penipuan yang secara terang dalam islam itu dilarang.

4. Pandangan Ulama Tentang Harga

Menurut jumbuh ulama telah sepakat bahwa Agama 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. Dalam agama Islam penjualan baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar islam yang bersih, yaitu :⁵⁰

- a. Larangan menjual atau memperdagangkan barang-barang yang diharamkan
- b. Bersikap benar, amanah, dan jujur
- c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan riba
- d. Menerapkan kasih sayang
- e. Menegakkan toleransi dan keadilan

5. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga

Menurut Ibnu Taimiyah naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. 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. Dan begitu pula sebaliknya, kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil.⁵¹

Terdapat 2 hal yang mempengaruhi harga, yaitu :

⁵⁰ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin (Jakarta: Gema Insani, 1999), h. 189.

⁵¹ Adiwarmanto A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 144.

a. Permintaan

Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakkan pasar. Dalam istilah yang digunakan oleh Ibnu Taimiyah untuk menunjukkan permintaan ini adalah keinginan. Keinginan yang muncul pada konsumen sesungguhnya merupakan sesuatu yang sangat kompleks dan berasal dari Allah. Pada dasarnya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu :⁵²

1) Harga barang yang bersangkutan

Harga barang yang bersangkutan merupakan determinan penting dalam suatu permintaan. Hubungan antara tingkat harga dan jumlah permintaan adalah negatif, semakin tinggi tingkat harga maka semakin rendah jumlah permintaan dan sebaliknya. Pengaruh harga terhadap permintaan dapat diuraikan sebagai berikut :

- a) Efek Substitusi
- b) Efek pendapatan
- c) Pendapat konsumen
- d) Harga barang lain yang terkait
- e) Selera konsumen
- f) Ekspektasi (harapan)

2) Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan pengaruhnya terhadap harga.

Ibnu Taimiyah mencatat terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya terhadap harga yang tertulis dalam satu bagian dalam bukunya yang berjudul *fatawa*, yaitu :

a) Keinginan penduduk (*Ar raghabah*)

yaitu sutau keinginan atas barang-barang berbeda dan seringkali berubah. Hal ini turut dipengaruhi oleh banyak atau langkanya suatu barang. Semakin langka

⁵² Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2009), h. 312.

suatu barang maka akan semakin diminati oleh masyarakat karena memiliki nilai lebih dibandingkan barang-barang biasa. Dalam ekonomi konvensional dikenal dengan istilah *preference* (minat).

b) Jumlah orang yang meminta

Jumlah orang yang meminta semakin banyak dalam suatu jenis barang atau produk maka semakin mahal harga barang tersebut ditawarkan.

c) Kuat atau lemahnya permintaan

Jika dalam kebutuhan tinggi dan kuat, maka harga akan naik lebih tinggi dibandingkan jika peningkatan kebutuhan itu kecil atau lemah.

d) Kualitas pembeli

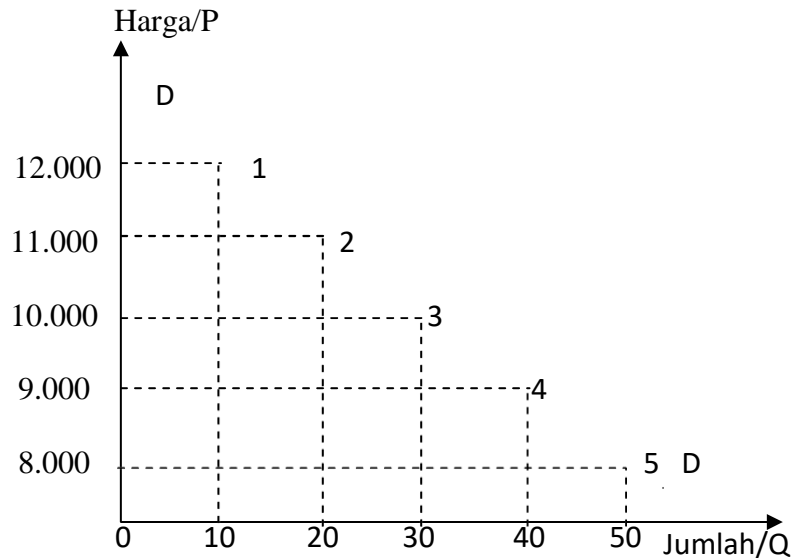
Harga juga dapat berubah-ubah sesuai dengan siapa saja transaksi tersebut dilakukan. Seorang pembeli yang memiliki kredibilitas buruk sering bangkrut mengulur-ulur pembayaran akan mendapatkan harga yang jauh lebih tinggi dibandingkan seorang pembeli yang memiliki predikat baik.

e) Jenis uang yang digunakan

Harga dipengaruhi oleh bentuk alat pembayaran (uang) yang digunakan dalam jual beli.

f) Aplikasi yang sama berlaku bagi seseorang yang meminjam atau menyewa, karena adanya biaya tambahan yang akan mengakibatkan perubahan harga.

Gambar 2.1
Kurva Permintaan



Sumber: Elmy Tasya K (2022)

Kurva permintaan dari berbagai jenis barang pada umumnya menurun dari kiri atas kekanan bawah kurva yang demikian disebabkan oleh sifat hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta memiliki sifat hubungan yang terbalik. Kalau salah satu variabel naik maka variabel yang lainnya akan turun.

b. Penawaran

Penawaran merupakan kekuatan paling penting didalam suatu pasar. Ibnu Taimiyah memberikan istilah penawaran sebagai ketersediaan suatu barang di pasar. Dalam pandangan Ibnu Taimiyah, penawaran dapat berasal dari impor dan produksi lokal sehingga kegiatan penawaran ini dilakukan oleh produsen atau penjual. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penawaran, yaitu :

1) Masalah

Masalah berpengaruh terhadap suatu penawaran pada dasarnya tergantung akan tingkatan iman suatu produsen. Jika jumlah *masalah* yang terkandung di dalam barang yang akan diproduksi semakin meningkat, maka produsen akan menambah jumlah produksinya. Jika seorang produsen yang

memiliki keimanan “biasa” maka yang terjadi produsen tersebut akan menawarkan barang dengan jumlah yang biasa atau minimum. Dalam kondisi kasus seperti ini jika barang atau jasa yang ditawarkan telah mencapai kandungan berkah minimum maka produsen akan menganggap penawaran yang dijalankan sudah baik.

2) Keuntungan

Keuntungan merupakan bagian dari *masalah* karena keuntungan dapat mengakumulasi modal yang akhirnya dapat digunakan untuk berbagai aktivitas lainnya. Keuntungan akan menjadi tambahan modal guna memperoleh masalah yang lebih besar lagi untuk mencapai *falah*.

Menurut Ibnu Khaldun definisi keuntungan yaitu jumlah nilai yang tumbuh dan berkembang dalam perdagangan. Perdagangan menurut Ibnu Khaldun adalah usaha manusia untuk memperoleh dan meningkatkan pendapatannya dengan mengembangkan property yang dimilikinya dengan cara membeli komoditi dengan harga murah dan menjualnya dengan harga yang lebih tinggi.⁵³

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keuntungan, antara lain :

a) Harga Barang

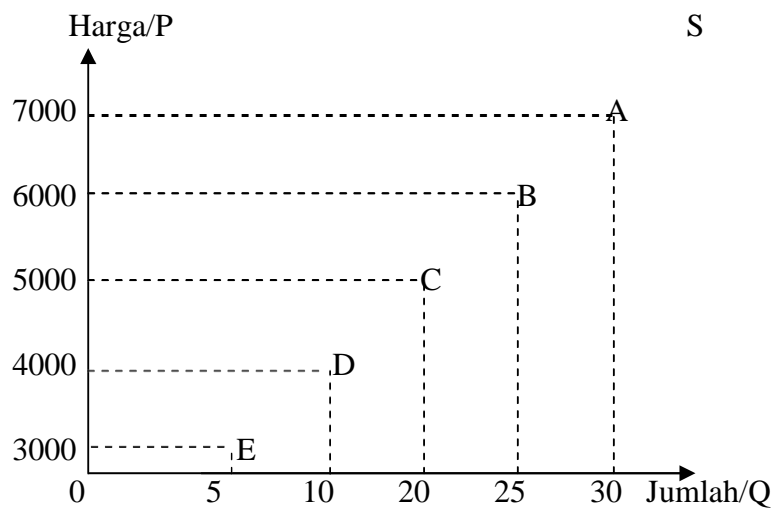
Salah satu faktor terpenting dari penentu keuntungan adalah harga barang itu sendiri. Jika suatu harga barang naik, maka jumlah keuntungan per unit yang akan diperoleh juga pasti akan naik. Hal ini kemudian akan meningkatkan keuntungan total dan akhirnya akan mendorong produsen untuk selalu menaikkan jumlah penawarannya.

⁵³ Ibnu Khaldun, *Mukaddimah* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), h. 712.

b) Biaya Produksi

Biaya produksi menentukan tingkat keuntungan suatu perdagangan. Sebab keuntungan adalah selisih antara penerimaan (revenue) dengan biaya (cost). Jika biaya produksi turun, maka keuntungan produsen atau penjual akan meningkat dan akan mendorong untuk meningkatkan jumlah pasokan kepasar serta faktor yang mempengaruhi biaya produksi anatar lain yaitu harga input produksi dan teknologi produksi.

Gambar 2.2
Kurva Penawaran



Sumber: Elmy Tasya K (2022)

Pada umumnya kurva penawaran masuk dari kiri bawah ke arah kanan atas. Yang memiliki arti arah pergerakannya berlawanan dengan pergerakan kurva permintaan bentuk kurva penawaran yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan yaitu semakin tinggi harga semakin banyak jumlah barang yang ditawarkan. kurva permintaan menunjukkan perilaku dari agen yang selalu berusaha untuk memperoleh masalah yang maksimal. Semakin tinggi tingkat harga maka semakin tinggi pula

jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen. Dan sebaliknya semakin rendah tingkat harga maka semakin rendah pula jumlah yang ditawarkan.⁵⁴

6. Strategi Penetapan Harga

Terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan dalam menetapkan harga, antara lain yaitu :

a. Elastisitas Harga

Seberapa besar permintaan terhadap suatu perubahan harga jika permintaan hampir berubah karena terdapat sedikit perubahan harga maka permintaan tersebut tidak elastis atau inelastis. Jika suatu permintaan berubah banyak maka perubahan tersebut elastis. Karena semakin tidak elastis suatu permintaan maka semakin besar penjual menaikkan harga.

b. Perbandingan Harga Pesaing

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan harga suatu perusahaan adalah harga competitor atau pesaing dan reaksi pesaing dalam Tindakan penetapan harga yang dilakukan perusahaan. Seseorang konsumen cenderung akan membeli suatu produk akan mengevaluasi serta nilai dari perbandingan sejenis lainnya.⁵⁵

c. Keterjangkauan Harga

Keterjangkauan harga adalah harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis di suatu produk yang harus dibayarkan oleh pelanggan, yang artinya pelanggan cenderung melihat harga akhir dan memutuskan apakah akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan. Harapan dalam melihat harga yaitu :

- 1) Harga yang ditawarkan mampu dijangkau oleh pelanggan secara finansial.
- 2) Penentuan harga harus sesuai dengan kualitas produk

⁵⁴ Sadono Sukirno, *Makroekonomi, Teori Pengantar*, Edisi Ketiga, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), h. 87.

⁵⁵ Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jil I, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2017), h. 452.

sehingga pelanggan dapat mempertimbangkan dalam melakukan pembelian.

d. Diskon atau Potongan Harga

Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktifitas yang tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.

e. Cara Pembayaran

Cara pembayaran sebagai prosedur dan mekanisme pembayaran suatu produk/jasa sesuai ketentuan yang ada. Kemudahan dalam melakukan keputusan pembelian.

7. Metode Penetapan Harga

Menetapkan harga terdapat berbagai macam metode, dan metode yang digunakan tergantung kepada tujuan dari penetapan harga yang ingin dicapai. Menurut Fandy Tjiptono, metode penetapan harga dikelompokkan menjadi empat macam berdasarkan basisnya antara lain, yaitu :

a. Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Dalam metode ini lebih menekankan faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor-faktor biaya, laba dan persaingan. Permintaan pelanggan didasarkan pada berbagai pertimbangan antara lain yaitu : kemampuan para pelanggan untuk membeli, kemauan pelanggan untuk membeli, posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, manfaat yang diberikan produk tersebut kepada pelanggan, harga produk-produk substitusi, pasar potensial bagi produk, sifat persaingan non harga, perilaku konsumen secara umum, segmen-segmen pasar.

Metode ini antara lain, yaitu : *skimming pricing*, *penetration pricing*, *prestige pricing*, *price lining pricing*, *odd-even pricing*, *demand-backward pricing*, dan *bundle pricing*.

b. Penetapan Harga Berbasis Biaya

Dalam metode ini faktor utama penentu harga yang utama

adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya *overhead*, dan laba. Metode ini antara lain : *Standard markup pricing*, *cost percentage of cost pricing*, *cost plus fixed fee pricing* dan *experience curve pricing*.

c. Penetapan Harga Berbasis Laba

Dalam metode penetapan harga berbasis laba, metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya, usaha ini dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk presentase terhadap penjualan atau investasi. Dalam hal ini antara lain : *Target profit pricing*, *target return on sales pricing*, dan *target return on investment pricing*.

d. Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Harga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan oleh competitor. Metode penetapan harga berbasis persaingan terdiri atas empat macam, yaitu *customary pricing*, *above, at, or below market pricing*, *loss leader pricing*, dan *sealed bid pricing*.⁵⁶

C. Teori Mekanisme Penetapan Harga Perspektif Ekonomi Islam

Mekanisme penetapan harga adalah suatu cara pertimbangan yang digunakan untuk menentukan bagaimana suatu produk atau barang yang dijual bisa laku di pasaran setelah adanya interaksi permintaan dan penawaran dan juga untuk bisa bersaing dengan perusahaan atau pedagang lainnya. Abu Yusuf mengatakan bahwa mekanisme dalam penetapan harga tidak terlepas dari mekanisme pasar, beliau mengatakan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga, pemahamannya saat itu bahwa bila tersedia sedikit barang maka harga akan mahal dan demikian sebaliknya.⁵⁷

Penetapan harga di kenal di dunia fiqih dengan istilah *Ta'sir* yang memiliki makna menetapkan harga tertentu pada barang-barang yang diperjualbelikan,

⁵⁶ Fandy Tjiptono, "*Pemasaran Jasa..*", h. 157-164.

⁵⁷ Nurul Huda, *Ekonomi makro islam*, Cet. I (Jakarta: Kencana, 2008), h. 230.

yang tidak menzalimi pemilik barang dan pembelinya. Dalam konsep ekonomi islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan – kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dengan penawaran harus terjadi secara rela sama rela yang artinya tidakada pihak yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu.⁵⁸

Tujuan *Ta'sir* adalah melindungi hajat pedagang yang menjual barangnya sesuai aturan *Supply and Demand*. Maka penentuan harga bagi mereka adalah menzalimi mereka. Tetapi dalam kondisi khusus, seperti jika terjadi monopoli sehingga *Supply and Demand* tidak terjadi maka *Ta'sir* atau penetapan harga diperbolehkan.⁵⁹

Peran pemerintah untuk mencegah distorsi yang mengganggu pembentukan harga yang adil bagi pihak yang berada di pasar yaitu produsen dan konsumen. Dalam Islam Konsep Penetapan Harga dilakukan oleh kekuatan pasar yaitu kekuatan penawaran dan permintaan atau *Supply and Demand*.

Dalam agama islam metode penetapan harga juga menggunakan beberapa metode sebagaimana dikatakan oleh Muhammad dalam bukunya : Penentuan harga pada sebuah kontrak yang menghasilkan keuntungan pasti (*natural certainty contract*), menggunakan metode :

a. *Mark-up Pricing*

Metode *Mark Up Pricing* adalah penentuan tingkat harga dengan me-*Mark Up* biaya produksi komoditas yang bersangkutan. Pada metode *Mark Up Pricing* sebuah perusahaan akan menjual produknya pada tingkat harga biaya produksi ditambah *Mark Up* atau margin yang diinginkan.

b. *Target Return Pricing*

Target Return Pricing merupakan metode penentuan harga jual produk yang bertujuan mendapatkan return atas besarnya modal yang diinvestasikan dalam bahasan keuangan dikenal dengan istilah Return on Investment (ROI), perusahaan akan menentukan berapa return yang diharapkan atas modal yang diinvestasikan.

⁵⁸ Sukarno Wibowo, dkk., *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 221.

⁵⁹ Oni Sahroni dan Adiwarmanto A. Karim, *Maqashid Bisnis dan Keuangan Islam*, (Jakarta: Rajawali Press, 2016), h. 128.

c. *Perceived Value Pricing*

Metode *Perceived Value Pricing* penentuan harga dengan tidak menggunakan variable harga sebagai dasar harga jual variable harga sebagai dasar harga jual. Harga jual didasarkan pada harga produk pesaing dimana perusahaan melakukan penambahan atau perbaikan unit untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Maka dari itu perusahaan dapat menentukan harga dengan mempertimbangkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu komoditi yang dikonsumsi.

d. *Value Pricing*

Value Pricing adalah suatu kebijakan harga yang kompetitif atas barang yang berkualitas tinggi. Hal ini sudah menjadi pemahaman bahwa barang yang baik atau berkualitas harganya mahal. Namun perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu menghasilkan barang yang berkualitas dengan biaya yang lebih efisien sehingga perusahaan dapat dengan leluasa menentukan tingkat harga cenderung lebih rendah di bawah harga kompetitor.⁶⁰

⁶⁰ Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: UPP AMYKPN, 2005), h. 132-134.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Profil Risa Mart

1. Sejarah Risa Mart

Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah (KOPMENZA) merupakan bentuk baru dari koperasi karyawan Rumah Sakit Islam Sultan Agung Syariah (KOPKAR RISA) yang sudah ada sejak 1 Januari 1996. Keberadaan Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah tak hanya diharapkan mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kesejahteraan dari para anggotanya, tetapi sebagaimana tertuang dalam Visi, maka Kopersi Konsumen Sultan Agung Syariah juga memiliki kewajiban untuk bersinergi dengan lingkungan sekitar agar istilah *rahmatan lil'alam* bukan hanya sekedar slogan saja.

Berawal dari kegiatan arisan paguyuban karyawan Rumah Sakit Islam Sultan Agung dan kegiatan simpan pinjam yang dikelola dengan sederhana oleh karyawan dan melihat kegiatan positif karyawan ini. Direktur Rumah Sakit Islam Sultan Agung mengambil inisiatif untuk melegalitaskan kegiatan karyawan tersebut dalam bentuk koperasi karyawan. Koperasi karyawan Rumah Sakit Islam Sultan Agung (KOPKAR RISA) resmi berdiri dengan Nomor Badan Hukum 12012.a/BH/PAD.KWK.II/IX/96 pada tanggal 30 September 1996 dan tepat pada tanggal 25 Maret 2016, Kopkar Risa berhijrah dengan logo baru dan mengambil nama Koptensa (Koperasi Konsumen Syariah RSI Sultan Agung).

Sejak berdirinya, di samping kegiatan simpan-pinjam, maka kegiatan jual beli di toko yang kala itu disebut sebagai waserda merupakan kegiatan utama yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan anggota dan para pengunjung di Rumah Sakit Islam Sultan Agung. Waserda, dalam perjalanannya dikelola langsung oleh pengurus, hingga kini telah memiliki pegawai secara khusus memberikan pelayanan niaga. Aneka jenis barang niaga berasal dari anggota yang melakukan perniagaan

melalui jalan Konsinasi, juga berasal dari kegiatan penjualan Kembali (*re-sale*) dari distributor dan pedagang besar produk ritel pabrikan.

Semakin berkembangnya kegiatan ritel ini ditunjukkan dengan semakin meningkatnya omzet, jumlah dan jenis barang, serta perkembangan ritel yang ditandai dengan adanya bentuk lain seperti ketersediaannya ATK (Alat Tulis Kantor), bahan dapur, serta penambahan beberapa titik outlet di RSI Sultan Agung dan penambahan jumlah supplier/pemasok. Seiring hal tersebut, maka pengurus merasa perlu menerbitkan regulasi internal yang diturunkan dalam satu bentuk tata Kelola yang berisi ragam aturan mengenai pengelolaan ritel yang sehat.

Seluruh jenis usaha yang diselenggarakan oleh Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah merupakan bagian dari upaya dalam rangka memenuhi kebutuhan anggotan dan non anggota yang membutuhkan produk dan jasa. Unit usaha toko dengan nama Risa Mart beroperasi di lingkungan RSI Sultan Agung, yang menempati Sebagian lahan rumah sakit sesuai dengan arahan dari Direktur Rumah Sakit Islam Sultan Agung, sebagai *ex-officio* pembina Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah. Pengembangan usaha toko untuk penjualan barang-barang ritel dilaksanakan di beberapa titik untuk mempermudah pelanggan melakukan transaksi, titik utama usaha toko berada di Risa Mart.⁶¹

2. Kantor dan Kontak Risa Mart

Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah tersebar di beberapa titik di lingkungan RSI Sultan Agung Semarang dengan tujuan supaya mudah dijangkau oleh konsumen yang hendak mencari barang kebutuhan yang diinginkannya. Antara lain di Hall Gedung D, lantai dasar gedung B, gedung ICU, Gedung MCB Untuk mempermudah konsumen, vendor, dan semua kalangan untuk melaksanakan kegiatan jual-beli maka Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah memberikan alamat lengkap yang dapat diakses sebagai berikut⁶² :

⁶¹ Kopenma, *Pedoman Tata Kelola Ritel..*, h. 1

⁶² Kopenma <https://kopenma.com/profil/> diakses pada tanggal 17 Januari 2023 pukul 16.03 WIB

- a. Alamat : Jl. Kaligawe Raya KM 4, Terboyo Kulon, Kecamatan Genuk, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah, Kode Pos 50112
- b. Telephone : 024 658 0019
- c. Fax : 024 658 1928
- d. Email : Kopmensa@gmail.com
- e. Web : www.kopmensa.com
- f. Instagram : @kopmensa.rsisa

3. Visi dan Misi Risa Mart

Risa Mart merupakan suatu unit usaha yang dikembangkan dan dibina langsung oleh Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah yang mana menjalankan kegiatan jual beli di lingkungan RSI Sultan Agung Semarang. Visi dan Misi Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah sebagai berikut :

a. Visi Risa Mart

Koperasi Syariah terkemuka dalam pengembangan Ekonomi Islam untuk mewujudkan kesejahteraan umat yang dirahmati oleh Allah swt.

b. Misi Risa Mart

- 1) Menyelenggarakan kegiatan perkoperasian dengan standar kualitas tertinggi untuk mewujudkan tata kelola koperasi Syariah yang baik.
- 2) Mengembangkan Ekonomi Islam berbasis budaya, Ta'awun, Ukhuwah, berkeadilan, bertanggungjawab, serta beretika.
- 3) Membangun usaha bisnis dengan memberdayakan potensi umat untuk mewujudkan masyarakat Madani.

4. Core Value Risa Mart

Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah memiliki Core Value yang dijunjung tinggi sebagai nilai-nilai dasar sekaligus menjadi pondasi yang kokoh karena kewajiban lembaga untuk bersinergi dengan lingkungan sekitar agar istilah *rahmatan lil'alamin* bukan hanya sekedar slogan saja. Maka Core Value yang dipegang teguh oleh Risa Mart Kopmensa adalah

antara lain sebagai berikut :

“S-H-A-R-I-A”

Slogan “SHARIA” sendiri memiliki makna yang terkandung di dalamnya, yaitu :

- a. Shiddiq
- b. Handal
- c. Amanah
- d. Rahmah
- e. Inovatif
- f. Adil

Selain Core Value yang dipegang oleh Risa Mart, unit usaha ini juga memiliki meaning statement, tagline dan motto, yaitu :

- a. Meaning Statement
“Berkhidmat Membangun Perekonomian Ummat”
- b. Tagline
“Bersinergi Untuk Kesejahteraan Ummat”
- c. Motto
“Sejahtera Bersama Ummat”

5. Aspek hukum Risa Mart

Landasan hukum yang digunakan sebagai peraturan tata pengelolaan usaha ritel Risa Mart dengan tujuan agar tata Kelola yang disusun oleh pengurus tidak keluar dari prinsip-prinsip Syariah dan Regulasi yang diberlakukan oleh pemerintah sebagai *Ulil Amri*, landasan hukum tersebut terdiri dari⁶³ :

- a. Al Qur’an dan As Sunnah
- b. Undang-Undang Nomor 12 tahun 1992 tentang Perkoperasian
- c. Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia Nomor 10/PER/M.KUKM/IX/2015 Tentang Kelembagaan Koperasi.
- d. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik

⁶³ Kpomensa, Pedoman Tata.., h. 3

Indonesia Nomor HK.03.1.23.12.11.10569 Tahun 2011 tentang pedoman cara ritel pangan yang baik.

6. Struktur Organisasi Koperasi Risa Mart

Menurut Robbin & Judge struktur organisasi adalah untuk menunjukkan bagaimana tugas pekerjaan secara formal dibagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan secara formal (*How job tasks are formally divided, grouped, and coordinated*).⁶⁴

Menurut Azhar Susanto, beliau mengungkapkan bahwa struktur organisasi adalah kerangka menyeluruh untuk perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan aktivitas yang dilakukan oleh pihak manajemen.⁶⁵

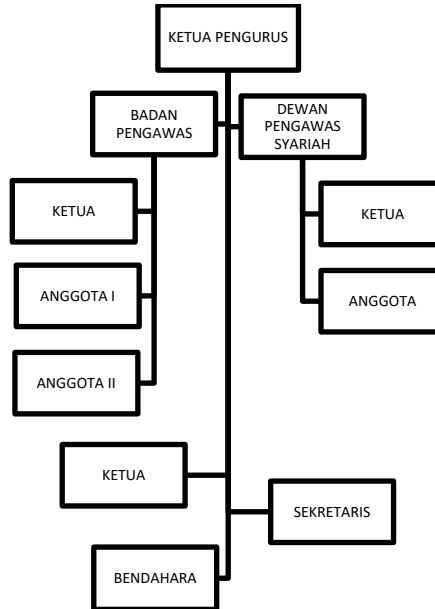
Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa definisi struktur organisasi menggambarkan kerangka menyeluruh menentukan tugas pekerjaan yang dibagi, dikelompokkan, dikoordinasikan untuk perencanaan pelaksanaan dan pengawasan aktivitas yang dilakukan oleh pihak manajemen dalam suatu organisasi.

Struktur Organisasi Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah dibuat bukan dengan tanpa alasan tetapi berfungsi sebagai atribut organisasi yang terbentuk dan terukur secara sistematis yang mengidentifikasi setiap pekerjaan, kedudukan dan kewenangan dan berjalan sesuai sistem yang telah berlaku.

⁶⁴ Robbins, dkk., *Perilaku organisasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014) h. 231.

⁶⁵ Azhar dan Susanto, *Sistem informasi akuntansi*, (Bandung: lingga jaya, 2013), h. 98.

Gambar 3.1
Struktur Organisasi



Sumber : Pedoman Tata Kelola Ritel Risa Mart

Keterangan :

- a. Ketua Pengurus : Yan Ardianto, SE
- b. Sekretaris : Burhan Ali Setiawan S.H.I., M.H
- c. Bendahara : Rifka Nur Isnaeni, A.Md
- d. Organisasi : M. Gradianto, Amd
- e. Ketua DPS : H. Samsudin Salim, S. Ag., M.Ag
- f. Anggota : A. Muhid, S.H.I
- g. Ketua BP : Hj. FS. Anggraeni. S.E., M.Si., Ak, CA
- h. Anggota I : Ina Qoriah, S.Kep
- i. Anggota II : Ns. Siti Muniroh, S.Kep

7. Aspek Sumber Daya Manusia Risa Mart

Sumber daya manusia ikut menyumbang kontribusi dalam aktivitas perencanaan, pengarahan, dan pengorganisasian jalannya sebuah perusahaan. Peran sumber daya manusia terbilang sangat penting, yaitu untuk menentukan faktor produksi, membangun, serta mengembangkan perusahaan. Risa Mart dibawah naungan Koperasi Konsumen Sultan

Agung Syariah memiliki sumber daya manusia yang kompeten pada bidangnya sehingga harapan dalam pelaksanaannya meminimalisir adanya kendala yang terjadi dan dapat membantu proses perkembangan unit usaha Risa Mart.⁶⁶

Tabel 3.1

Distribusi Ketenagaan Risa Mart

a. Distribusi Ketenagaan pada unit toko Risa Mart

JABATAN	LULUSAN			JUMLAH
	SMA	D3	D4/S1	
Koordinator Toko	1	-	-	1
Petugas Kasir	21	-	-	21
Petugas Display Toko	2	-	-	2
Petugas Admin Gudang	1	-	-	1
Petugas Penerimaan Barang	1	-	-	1

Sumber : Pedoman Tata Kelola Ritel Risa Mart

Tabel 3.2

Jam Operasional Risa Mart

b. Jam operasional pada unit toko Risa Mart

JABATAN	JAM KERJA
1. Koordinator	Senin-Jumat : 07.00-14.00 WIB Sabtu : 07.00-12.00 WIB
2. Petugas kasir	Shift I-III : (06.00-06.00) 24 Jam
3. Petugas Display	Senin-Sabtu : 07.00-14.00 WIB
4. Petugas Admin Gudang	Senin-Sabtu : 07.00-14.00 WIB
5. Petugas Penerimaan Barang	Senin-Sabtu : 07.00-14.00 WIB

Sumber : Pedoman Tata Kelola Ritel Risa Mart

c. Deskripsi Masing-Masing Devisi

Perincian pembagian kerja bertujuan agar terciptanya suasana kondusif dalam bekerja, selain melindungi keamanan aset Koperasi

⁶⁶ Kopenansa, Pedoman Tata.., h. 13

Konsumen Sultan Agung Syariah dan sumber daya manusia dapat menjalankan pertanggung jawaban masing-masing sesuai pada bidangnya.⁶⁷ Adapun rincian tugas tersebut adalah :

Tabel 3.3

Deskripsi pembagian kerja Risa Mart

JABATAN	TUGAS
1. Koordinator	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengorganisir dan memberika pengarahan kepada staf 2. Memastikan ketersediaan barang display dan barang persediaan toko 3. Memastikan kesesuaian jumlah persediaan stock terhadap sistem persediaan 4. Cek rutin perubahan harga
2. Petugas Kasir	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menerima pembayaran dari pembeli di area kerja toko sesuai dengan SOP 2. Memastikan jumlah uang sesuai rekapitulasi tarikan sistem saat tutup shift
3. Petugas Display	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menata dan merapikan produk yang dipajang di rak atau display lain di semua counter yang melayani penjualan produk-produk ritel 2. Berkoordinasi dengan petugas Gudang terkait persediaan toko 3. Memastikan harga banderol sesuai harga di rak dan harga terhubung dengan sistem
4. Petugas Admin Gudang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memastikan persediaan barang dagangan di Gudang 2. Memesan dan membeli persediaan barang yang dibutuhkan 3. Memastikan kesesuaian jumlah persediaan stik di Gudang terhadap sistem persediaan
5. Petugas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menerima barang persediaan yang dibeli

⁶⁷ Koptensa, Pedoman Tata.., h. 14

Penerimaan Barang	<ol style="list-style-type: none">2. Melakukan sortir terhadap barang cacat atau tidak sesuai dengan syarat display3. Berkoordinasi dengan petugas display terkait kebutuhan barang persediaan toko.
----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber : Pedoman Tata Kelola Ritel Risa Mart

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penetapan Harga Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah

Dalam bab ini penulis akan membahas beberapa uraian atas pembahasan yang sesuai dengan hasil wawancara yang telah penulis lakukan. Data-data yang penulis dapatkan melalui pengamatan, dokumentasi serta wawancara mendalam sebagaimana penulis telah deskripsikan melalui analisis data kualitatif yang kemudian diidentifikasi agar sesuai dengan tujuan penelitian yang diharapkan. Pengamatan melalui wawancara telah penulis laksanakan yaitu mengumpulkan data mengenai Mekanisme Penetapan Harga Jual Barang Pada Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Sesuai dengan data yang penulis dapatkan dilapangan harga sangat berpengaruh penting terhadap pemasaran suatu produk baik untuk penjual maupun pembeli.

Berdasarkan observasi secara langsung dan hasil dari wawancara dengan staff karyawan Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah, dari hasil observasi tersebut penulis mendapatkan hasil dan mengetahui bagaimana sistem penetapan harga jual barang oleh Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah yang berlangsung apakah penetapan harga dan pelayanan yang berlangsung sesuai dengan perspektif Ekonomi Islam.

1. Aspek Produk Risa Mart KOPMENZA

Risa Mart Kopmensa mengatur mengenai sumber daya dan sistem yang dijalankan oleh setiap pengelola untuk melaksanakan kegiatan transaksi jual beli dengan tujuan agar sesuai dengan kaidah peraturan dan perundangan yang berlaku dan tidak keluar dari prinsip-prinsip Syariah yang diyakini. Untuk mendukung pengelolaan usaha ritel Risa Mart Kopmensa memberikan syarat *5 Right Strategic* yang diharapkan dapat menjadi panduan bagi setiap pengelola dalam mencapai tujuan kesuksesan usaha. *5 Right Strategic* yang dimaksud adalah :

- a. Produk yang sesuai kebutuhan pasar (*Right Product*)
Produk-produk yang disediakan oleh Risa Mart Kopenmas merupakan produk-produk yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga menumbuhkan minat beli di masyarakat.
- b. Jumlah produk yang sesuai kebutuhan pasar (*Right Quantity*)
Risa Mart Kopenmas memperhatikan produk-produk yang masuk dalam kategori *Fast Moving* supaya dapat menentukan jumlah persediaan dan menjamin agar tidak terjadi kekosongan stok serta menjamin pendapatan berkelanjutan.
- c. Penyediaan kebutuhan tepat waktu (*Right Time*)
Tepat waktu dalam hal ini memiliki dua pengertian yang sangat penting. Pengertian pertama, kemampuan Risa Mart Kopenmas dalam menyediakan barang kebutuhan pelanggan secara berkelanjutan. Kedua, kemampuan Risa Mart untuk membaca kebutuhan pelanggan sesuai dengan waktu (trend/musim). Kedua hal tersebut menjadi pertimbangan serius karena akan memicu kepuasan pelanggan jika kebutuhannya dapat selalu terpenuhi.
- d. Lokasi yang tepat (*Right Place*)
Lokasi merupakan salah satu syarat atau kriteria usaha ritel yang harus dipenuhi karena menyangkut ketersediaan pangsa pasar dan kemudahan barang dagangan di dapatkan serta akses transportasi yang mudah di jangkau. Usaha ritel Risa Mart Kopenmas yang terletak di area RSI Sultan Agung Semarang masuk dalam kategori strategis, di mana pasar potensial tersedia berlimpah, pemasok barang kebutuhan konsumen dapat dijangkau dengan mudah serta di dukung akses transportasi yang memadai.
- e. Ketepatan Promosi (*Right Promotion*)
Kegiatan promosi atau menawarkan produk-produk yang dijual di toko Risa Mart merupakan suatu kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menarik konsumen agar mengenali dan berminat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Risa Mart Kopenmas.

Mekanisme Pengelolaan produk di Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah Semarang berdasarkan hasil wawancara yang telah penulis laksanakan dengan bapak Affan Hadi⁶⁸ selaku karyawan Risa Mart yang bertugas sebagai pendistribusian produk, beliau menuturkan :

“Kalau produk makanan disini dituntut untuk menerapkan standar untuk makanan yang higienis, sehat, halal dan ekonomis. Sejauh ini saya sebagai pembeli saya belum pernah menemukan disini harga yang sangat tinggi dibandingkan harga pasar malah dulu saat harga minyak cukup tinggi disini menyediakan promo minyak dari Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah bekerja sama dengan anggota dengan target pasar masyarakat sekitar yang harga pasar 1 Liter Rp. 25.000.- promo kita yaitu 2 Liter minyak goreng, telur 2 Kg Rp. 75.000.”

Tabel 4.1

Produk-produk yang ditawarkan oleh Risa Mart

a.	Produk-produk snack dan makanan kering	Snack kering Mie instan Makanan kaleng
b.	Produk Roti	Roti basah Roti kering
c.	Minuman kemasan	Air mineral Minuman isotonic Minuman rasa
d.	Produk-produk sembako	Beras Minyak goreng Gula pasir Gula merah Tepung terigu

⁶⁸ wawancara dengan Affan Hadi Karyawan & Konsumen Risa Mart Pada Tanggal 3 Maret 2023 Pukul 14.30 WIB

		Garam Telur Cuka meja, dll
e.	Produk-produk peralatan mandi	Sabun mandi Sabun wajah Shampoo Pasta gigi, dll
f.	Produk-produk kosmetik	Bedak Lipstick Minyak wangi Deodorant Maskara Eye shadow, dll
g.	Produk-produk jamu dan obat-obatan bebas	Jamu masuk angin Obat sakit kepala Obat sakit gigi Obat oles Minyak kayu putih Minyak telon Koyo, dll
h.	Diapers dan pembalut Wanita	Diapers untuk anak dan dewasa
i.	Produk sanitary	Handsoap Tisu Kapas kecantikan Handuk Washlap Sabun cuci Pelembut pakaian Pembersih kaca, dll.
j.	Produk-produk frozen	Makanan beku siap masak

		Olahan daging
k.	Fashion/pakaian	Aneka baju pria/wanita dan anak-anak Underwear Hijab, dll

Sumber : Pedoman Tata Kelola Ritel Risa Mart

Berkaitan dengan objek atau barang yang diperjualbelikan di toko Ritel Risa Mart, KOPMENSA menetapkan syarat-syarat yang harus dipenuhi, antara lain:

- a) Objek jual beli berupa barang dagangan. Merupakan barang yang suci dan bermanfaat, bukan barang najis atau barang yang haram, karena barang yang secara dzatnya haram terlarang untuk diperjualbelikan.
- b) Objek jual beli merupakan hak milik penuh, seseorang bisa menjual barang yang bukan miliknya apabila mendapat izin dari pemilik barang tersebut. Seseorang diperbolehkan melakukan transaksi terhadap barang yang bukan miliknya dengan syarat pemilik memberi izin atau ridha terhadap apa yang dilakukannya karena yang menjadi tolak ukur dalam perkara muamalah adalah ridha pemilik barang.
- c) Objek jual beli dapat diserahterimakan (terdapat barangnya). Transaksi yang tidak jelas keberadaan barangnya mengandung unsur *Gharar* dan menjual barang yang tidak dapat diserahkan kepada pembeli.
- d) Objek jual beli dan jumlah pembayarannya diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak sehingga terhindar dari *Gharar*.
- e) Tidak menyembunyikan cacat atau aib barang Ketika melakukan jual beli.

Dalam pendistribusian barang di beberapa outlet Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah karyawan pendistribusian selain bertugas mengedarkan, menarik barang juga mengecek tanggal

kadaluarsa dari semua barang yang di display di outlet Risa Mart, hal ini sebagai bentuk tanggung jawab Risa Mart kepada konsumen dalam menjaga menjaga mutu produk karena kepuasan konsumen adalah yang utama bagi Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah. Produk yang telah habis masa kadaluarsanya tidak layak untuk di jual dan segera untuk ditarik agar konsumen tidak kecewa akan produk yang telah di belinya adapun jika terjadi demikian konsumen akan diganti dengan barang yang baru apabila mendapati pembelian produk yang telah kadaluarsa.

2. Aspek Penetapan harga jual barang pada Risa Mart

Penetapan harga yang tepat (Right Price), Risa Mart memiliki skema penetapan harga jual barang yang akan disalurkan kepada konsumen. Risa Mart Kopsensa selalu memantau mekanisme harga pasar penjualan dan pembelian terupdate, dengan tujuan untuk penetapan harga pada ritel dan mendapatkan harga pokok yang menguntungkan dan harga jual yang terjangkau serta dapat diterima oleh konsumen sehingga menciptakan konsumen-konsumen yang loyal. Adapun mekanisme penetapan harga pada Risa Mart mempertimbangkan beberapa hal, antara lain⁶⁹ :

1. Harga perolehan dari pemasok
2. Potongan harga (jika ada)
3. Biaya transportasi langsung atas pengadaan
4. Ketersediaan barang dagangan di pasaran
5. Margin yang telah ditetapkan sebesar 5% - 20%

Mekanisme Penetapan harga jual barang di Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah Semarang. Dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan dengan bapak Novian Prihartono⁷⁰ selaku kepala Gudang dan Penentu harga jual barang di Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah, penulis dapat memberikan hasil penelitian yaitu :

⁶⁹ Kopsensa, Pedoman Tata., h. 12

⁷⁰ wawancara dengan Novian Prihartono Kepala Gudang Risa Mart Pada Tanggal 3 Maret 2023 Pukul 13.37 WIB

“Kalau untuk produk sembako (beras, minyak, gula) disini kita mengikuti harga pasar yang berlaku mas tapi kalau untuk produk lainnya kita ambil margin keuntungan 5-20% dan untuk makanan basah paling kita ambil Rp. 500 – Rp. 1000. Jadi, Dalam penentuan harga jual produk Risa Mart memiliki perhitungan dasar sendiri yaitu Harga Beli Produk + Ppn (11%) + Margin (5-20%) serta harga yang berlaku di pasaran. Kalau untuk sembako kita mengikuti harga pasar ya mas, kalau harga lagi tinggi kita juga ikut menaikkan sesuai harga pasar, kalau untuk produk lainnya kita mengikuti penetapan harga seperti di awal yaitu 5-20% dan jika ternyata harga yang di dapat masih di bawah harga pasar maka kita sesuaikan dengan harga pasar yang ada. Sebagai contoh nih mas, kita menetapkan harga itu berdasarkan pembulatan (harga beli + Ppn + margin 5-20%) kalau ketemunya harga yang didapat contohnya Rp. 17.750 kita turunkin harganya menjadi Rp. 17.500 untuk pembulatan harga”.

Dalam hal ini hasil wawancara yang sama dengan Ibu Emi⁷¹, beliau mengatakan bahwa :

“Risa Mart dalam menetapkan harga ada beberapa pertimbangan antara lain berkoordinasi dengan bagian gudang terkait stok barang yang akan di kirim ke beberapa outlet Risa Mart serta mempertimbangkan harga pasar yang berlaku, persediaan barang, permintaan konsumen, pajak PPn, dan kelangkaan barang. Penetapan harga di Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah yaitu Harga Supplier + PPn + Laba 20% sebagai contoh harga Teh pucuk dari supplier Rp. 2083.- (sudah termasuk ppn) ditambah dengan Laba 20% dan pajak outlet hingga mempertimbangkan harga pasar yang berlaku maka harga jual yang ditetapkan menjadi Rp. 3000.- Untuk produk sembako Risa Mart rata-rata mengambil keuntungan kurang lebih Rp. 1000 – Rp. 2000 dan untuk makanan/jajanan basah Risa Mart mengambil keuntungan Rp. 500. Risa Mart tidak menerapkan harga ganjil atau odd prices karena menimbulkan ketidakadilan dalam akad jual beli karena melihat pecahan nilai mata uang di Indonesia terkecil adalah Rp.100.- maka tetap Risa Mart harus memberikan kembalian kepada konsumen dengan uang yang berlaku saat ini dan nominal terkecil yang Risa Mart sediakan adalah Rp. 500,- karena harga yang ditetapkan Risa Mart adalah harga pembulatan bukan harga ganjil (odd prices) karena pada awalnya dahulu staff karyawan outlet Risa Mart pernah memberikan kembalian dengan barang/permen setelah itu mendapatkan teguran dari ketua Koperasi karena menimbulkan

⁷¹ wawancara dengan Emi Staff Gudang Risa Pada Tanggal 3 Maret 2023 Pukul 12.19 WIB

ketidakkdilan dan bersifat memaksa konsumen untuk membeli barang/permen tersebut.”

Pembulatan harga, dilakukan dengan tujuan agar memberikan kembalian kepada konsumen dengan nominal yang sesuai dengan harga yang tertera serta uang pecahan terkecil yang masih berlaku di Indonesia yaitu pecahan terkecil Rp. 100.- Alasan pembulatan harga karena supaya mudah memberikan kembalian dan pihak kasir atau penjaga toko tidak kesusahan dalam memberikan kembalian.

Mekanisme penetapan harga yang dilakukan oleh Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah Semarang berdasarkan permintaan pada harga pasar yang berlaku yang telah ditetapkan dalam suatu daerah tertentu, perhitungan besaran margin 5%–20%, dan pembulatan harga. Berbeda untuk kebutuhan pokok seperti sembako (Beras, Minyak, Gula dll) besaran margin cenderung mengikuti harga pasar yang ditetapkan yang bersifat umum jadi tidak dapat menerapkan besaran margin 5% – 20%, Jika kebutuhan tersebut susah didapatkan dan harganya akan naik maka Risa Mart akan mengikuti tingkat harga yang berlaku. Pembulatan harga yang diterapkan oleh Risa Mart dengan tujuan agar memudahkan dalam memberikan kembalian kepada konsumen dengan nominal yang sesuai dengan harga yang tertera serta uang pecahan terkecil yang masih berlaku di Indonesia yaitu pecahan terkecil Rp. 100. Hal ini terlihat dari beberapa harga yang tercantum dalam beberapa produk yang tersedia di beberapa outlet Risa Mart.

Tabel 4.2

Penetapan Harga Produk Risa Mart Tahun 2023

Nama Barang	Harga Beli (Ppn)	Harga Jual
Pampers We Care Size L	Rp. 14.100.-	Rp. 19.000.-
Pampers We Care Size xL	Rp. 11.500.-	Rp. 15.500.-
Tissue basah Mitu Baby 50 sheet	Rp. 6.065.-	Rp. 9.000.-
Tissue kering Tessa 250 sheet	Rp. 9.065.-	Rp. 12.000.-
Pop Mie Ayam	Rp. 4.116.-	Rp. 5.000.-

Pop Mie Soto	Rp. 4.116.-	Rp. 5.000.-
Sedap Cup Soto	Rp. 3.945.-	Rp. 5.000.-
Chitato Lite	Rp. 9.000.-	Rp. 10.500.-
Lifeboy sabun cair	Rp. 15.060.-	Rp. 18.000.-
Pasta Gigi Pepsodent 75 gr	Rp. 4.240.-	Rp. 5.500.-
Roti Sisir	Rp. 2.000.-	Rp. 3.500.-

Sumber: Novian Prihartono (Kepala Gudang) Tahun 2023

3. Instrumen pembayaran dan pelayanan pada Risa Mart

Instrumen pembayaran barang yang dimaksud disini adalah alat pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual-beli pada unit toko Risa Mart, yaitu :

- a. Uang kartal rupiah, dalam masing-masing pecahan kertas dan logam yang masih sah dan berlaku.
- b. Transfer melalui rekening bank sesuai dengan nomor rekening dan bank yang ditunjuk/disepakati.

Jenis Transaksi keuangan yang digunakan oleh Risa Mart, adalah :

- a. Pembelian secara tunai

Risa Mart melakukan pembelian tunai kepada pemasok dengan cara membayar secara langsung ketika barang diterima. Akad yang digunakan adalah akad Bai' Muajjal

- b. Pembelian secara tempo

Risa Mart melakukan pembelian kepada pemasok dengan membayar pada saat jatuh tempo tenggat waktu yang disetujui pihak Risa Mart dan pemasok. Akad yang digunakan adalah akad Bai' Al Nasi'ah

- c. Pesanan khusus, dengan uang muka

Risa Mart melakukan pembelian dengan pesanan khusus (spesifikasi tertentu) dengan memberikan uang muka kepada pemasok dan melunasinya Ketika barang pesanan diterima. Akad yang digunakan adalah akad Bai' Istishna

- d. Titipan

Risa Mart melakukan penjualan atas barang yang dititipkan oleh pemasok dan membayarkan kepada pemasok sejumlah barang yang terjual, sedangkan sisa barang dikembalikan kepada pemasok. Benefit yang diterima Risa Mart yaitu dengan mendapatkan imbalan dari pemasok. Titipan ini terbagi menjadi 4 yaitu :

- a) Harga jual telah ditetapkan oleh pemasok, dan Risa Mart mendapatkan bagi hasil dari margin yang ditetapkan dan disepakati. Sisa barang yang tidak laku dikembalikan kepada pemasok.
- b) Harga yang diberikan oleh pemasok 100% kembali kepada pemasok untuk barang-barang yang terjual, sedangkan margin harga jual kepada pelanggan ditentukan sendiri oleh Risa Mart.
- c) Pemasok menyewa tempat untuk berjualan barang-barangnya dan Risa Mart mendapatkan uang sewa.
- d) Risa Mart menjadi wakil dari pemilik produk untuk menjualkan barang dagangan dengan mendapat bayaran tertentu yang disepakati. Akad yang digunakan pada praktek ini adalah :
 - 1) Akad Bai'
Harga jual barang ditetapkan oleh Risa Mart
 - 2) Akad Ijarah
Pemasok menyewa tempat untuk berjualan.
- e) Penjualan tunai
Risa Mart menjual barang dagangan dengan mendapatkan pembayaran secara langsung dari pelanggan ketika diserahkan barang dagangan. Akad yang digunakan adalah akad Bai' Muajjal
- f) Penjualan tempo
Risa Mart mendapatkan pembayaran dari pelanggan atas barang yang dijualnya pada saat jatuh tempo kesepakatan

membayar. Fasilitas ini hanya diberikan untuk anggota Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah. Akad yang digunakan adalah akad Bai' Al Nasi'ah

g) Penjualan angsuran

Risa Mart mendapatkan pembayaran dari pelanggan atas barang yang dijualnya pada saat jatuh tempo angsuran kesepakatan membayar, selama beberapa kali angsuran (sesuai kesepakatan). Fasilitas ini hanya diberikan untuk anggota Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah. Akad yang digunakan adalah akad Bai' Al Taqsih.

Cara pembayaran barang pada Risa Mart

a. Jual-Beli Tunai

Pembiayaan barang untuk jual beli tunai dilaksanakan pada hari-H transaksi atau saat akad berlangsung.

b. Jual-Beli Tempo

Pembayaran barang untuk jual beli tempo dilaksanakan dikemudian hari yaitu setelah terjadinya akad dan diterimanya barang. Jatuh tempo pembayaran diatur dalam kesepakatan kedua belah pihak.

c. Jual-Beli Angsur

Pembayaran barang untuk jual beli angsur dilaksanakan kemudian setelah terjadinya akad dan diterimanya barang secara bertahap. Besarnya nilai angsuran dan termin pembayaran sesuai kesepakatan kedua belah pihak yang berakad.

Etika Pelayanan Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah menerapkan motto ketepatan pelayanan (*Right Service*), Pelayanan usaha ritel Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah yang diberikan kepada pelanggan adalah pelayanan prima untuk membangun suasana nyaman dan komunikasi yang efektif antara pegawai yang bertugas dengan konsumen sehingga menjadikan nilai tambah bagi usaha Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah.

Pelayanan di seluruh bidang usaha ritel Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah, dilaksanakan oleh pegawai yang memiliki kecakapan untuk

memberikan pelayanan prima serta mereka dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan tujuan konsumen mendapat kepuasan, yaitu dengan cara :

- a. Memberikan senyum, menyampaikan salam, dan sapaan hangat setiap bertemu dengan pelanggan
- b. Membantu pelanggan untuk mendapatkan barang yang diinginkan dengan :
 - a) Menyebutkan ulang barang yang dimaksud
 - b) Menunjukkan tempat barang apabila sedang dalam pekerjaan yang tidak dapat ditinggal
 - c) Mengambil barang yang dimaksud apabila sedang tidak dalam pekerjaan lain.
 - d) Menjaga keteraturan dan kerapihan area counter kasir
 - e) Memastikan alat kerja berfungsi dengan baik, apabila terjadi gangguan maka segera melaporkan kepada manajer usaha atau penanggung jawab perlatan apabila terjadi kerusakan pada peralatan kerja.
 - f) Ikut menjaga kerapihan display apabila diperlukan
 - g) Memberikan informasi yang benar atas produk yang dijual
 - h) Memberikan informasi yang tepat atas jumlah pembelian pelanggan dan uang kembalian yang harus diterima oleh pelanggan apabila ada.
 - i) Mencetak struk belanja yang sah untuk pelanggan

B. Analisis Penetapan Harga Jual Barang berdasarkan Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Dalam bab ini, penulis akan menjelaskan tentang hasil analisis penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap mekanisme penetapan harga Jual barang pada Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah Semarang dalam kaitannya dengan keselarasannya terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam. Konsep mekanisme penetapan harga dalam prinsip Ekonomi Islam dibangun atas prinsip-prinsip sebagai berikut :

1. Ar Ridho (Saling Rela)

Makna yang terkandung dalam yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (freedom contract). Hal ini sesuai dengan al-Qur'an Surat an-Nisa' ayat 29.⁷²

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

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (An Nisa : 29)

2. Berdasarkan persaingan sehat (*Fair Competition*)

Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan (ihtikar) atau monopoli. Monopoli setiap barang yang penahanannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak. Hal ini sesuai dengan al-Qur'an Surat Al Qashash ayat 77.⁷³

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ
وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (Al Qashash : 77)

3. Kejujuran (*honesty*)

Kejujuran merupakan dasar yang sangat penting dalam Agama Islam, Karena kejujuran adalah sinonim dari kebenaran. Dalam agama Islam melarang tegas melakukan kebohongan atau penipuan dalam bentuk

⁷² <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=29> diakses pada tanggal 19 Maret 2023 Pukul 16.11 WIB

⁷³ <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/28?from=77&to=77> diakses pada tanggal 19 Maret 2023 Pukul 16.12 WIB

apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas. Hal ini sesuai dengan al-Qur'an Surat At Taubah ayat 119.⁷⁴

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tetaplah bersama orang-orang yang benar!” (At Taubah : 119)

4. Keterbukaan (*Transparancy*)

Prinsip keterbukaan dalam ini adalah salah satu prinsip yang wajib ada dalam setiap transaksi-transaksi yang dilakukan, dalam hal ini semua pihak dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya tanpa ada satu hal pun yang dengan sengaja ditutupi. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam al-Qur'an Surat An Nisa ayat 58.⁷⁵

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (An Nisa : 58)

Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Barang pada Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah dalam kaitannya berdasarkan prinsip-prinsip Ekonomi Islam, antara lain :

a. Analisis terhadap harga

Setiap kegiatan jual beli pasti berorientasi pada yang namanya keuntungan. Dalam agama Islam menekankan setiap kegiatan jual beli dibolehkan mengambil keuntungan dalam tingkat yang wajar dan

⁷⁴ <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/9?from=119&to=119> diakses pada tanggal 19 Maret 2023 Pukul 16.14 WIB

⁷⁵ <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=58&to=58> diakses pada tanggal 19 Maret 2023 Pukul 16.15 WIB

tidak berlebihan yang artinya harga jual produk/barang harus wajar dan tidak mengambil keuntungan dalam jumlah yang besar apalagi menimbun barang dengan tujuan agar mendapatkan keuntungan yang besar hal ini termasuk yang dilarang dalam agama Islam dalam menjalankan kegiatan bermuamalah meskipun di dalam Al Quran tidak menentukan secara pasti besaran keuntungan dalam jual beli tetapi di Al Quran berpesan agar mengambil keuntungan dalam jumlah yang wajar, saling ridho, dan saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

Dalam Fatwa (*Fatawa Islamiyah*, 2/759). Syaikh Muhammad bin Sholeh al-Utsaimin, beliau menjelaskan batasan dalam mencari keuntungan dalam berdagang.

نعم لو كان هذا الإنسان هو الذي يختص بإيراد هذه السلع وتسويقها وريح على الناس كثيرًا فإنه لا يجلّ له ذلك ؛ لأن هذا يُشبهه بيع المضطر يعني البيع على المضطر ، لأن الناس إذا تعلّقت حاجتهم بهذا الشيء ولم يكن موجودا الا عند شخص معين فإنه في حاجة للشراء منه وسوف يشتروا منه ولو زادت عليهم الأثمان ، ومثل هذا يجوز التسعير عليه ، وأن تتدخل الحكومة أو ولاية الأمر فيضربون له ربحًا مناسبًا لا يضره نقصه ، ويمنعونه من الربح الزائد الذي يضرّ غيره

“Jika ada orang yang memonopoli barang, hanya dia yang menjualnya, lalu dia mengambil keuntungan besar-besaran dari masyarakat, maka ini tidak halal baginya. Karena semacam ini sama dengan bai’ al-Mudhthor, artinya menjual barang kepada orang yang sangat membutuhkan. Karena ketika masyarakat dalam keadaan sangat membutuhkan benda tertentu, sementara barang itu hanya ada pada satu orang, tentu mereka akan membeli darinya meskipun harganya sangat mahal. Dalam kasus ini, pemerintah bisa dilakukan pemaksaan harga, dan pemerintah berhak untuk turut campur, dan membatasi keuntungan yang sesuai baginya, yang tidak sampai merugikannya, dan dia dilarang untuk membuat keuntungan yang lebih, yang dapat merugikan.”

Konsep mekanisme penetapan harga dalam prinsip Ekonomi Islam dibangun atas prinsip-prinsip Ar Ridho (Saling Rela), makna yang terkandung dalam ayat ini yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (freedom contract). Hal ini sesuai dengan al-Qur’an Surat an-Nisa’ ayat 29.

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

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (An Nisa : 29)

Harga yang diberikan oleh Risa Mart dalam menjual produk-produk yang mereka tawarkan di beberapa outlet terhitung wajar sesuai dengan mekanisme pasar dan sesuai dengan apa yang di dapatkan oleh konsumen yang membeli produk-produk di Risa Mart karena pangsa pasar Risa Mart itu untuk kalangan menengah kebawah dengan target pasar yaitu konsumen ataupun pasien yang ada di lingkungan Rumah Sakit Sultan Agung Semarang. Harga yang diberikan sesuai dengan harga yang berlaku di pasaran dengan tidak mengambil keuntungan berlebih sehingga tidak memberatkan konsumen.

b. Analisis terhadap kejujuran

Mematuhi setiap etika dalam setiap kegiatan bisnis adalah kewajiban bagi semua pelaku bisnis, salah satu etika dalam bisnis adalah kejujuran hal ini merupakan salah satu syarat untuk membangun kepercayaan tanpa kejujuran bisnis tidak akan berjalan langgeng tanpa adanya kepercayaan dari konsumen. Dalam agama Islam Allah swt memerintahkan untuk selalu berlaku jujur dalam setiap kegiatan yang dilakukannya terlebih bagi para pelaku bisnis yang harus selalu menerapkan kejujuran dalam setia kegiatan muamalah yang dilakukannya, tidak berlaku curang, tidak mengurangi timbangan dan tidak berbohong akan barang yang dijual merupakan salah satu bentuk kejujuran dalam bermuamalah yang diajarkan oleh agama Islam.

Rasulullah SAW Bersabda :

مَنْ عَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا، وَالْمَكْرُ وَالْجِدَاعُ فِي النَّارِ

“Barangsiapa yang menipu, maka ia tidak termasuk golongan kami. Orang yang berbuat makar dan pengelabuan, tempatnya di neraka” (HR. Ibnu Hibban).

Kejujuran merupakan dasar yang sangat penting dalam Agama Islam, Karena kejujuran adalah sinonim dari kebenaran. Dalam agama Islam melarang tegas melakukan kebohongan atau penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas. Hal ini sesuai dengan al-Qur’an Surat At Taubah ayat 119.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tetaplah bersama orang-orang yang benar!” (At Taubah : 119)

Risa Mart menerapkan perintah kejujuran dalam setiap transaksi yang dilakukannya dengan menerapkan harga yang pasti dan memberikan kembalian kepada konsumen sesuai dengan harga yang berlaku dan tidak memberikan kembalian selain dengan uang nominal yang berlaku saat ini bukan dengan barang lainnya. Pada hasil wawancara yang peneliti telah lakukan dengan salah satu karyawan Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah dan konsumen. Seperti pertanyaan yang penulis ajukan kepada salah satu staff karyawan Risa Mart yaitu ibu Azizah Ulfah⁷⁶, beliau menuturkan bahwa praktek penetapan harga di Risa Mart menerapkan harga yang adil dan tidak mengandung harga ganjil.

“Sudah mas, disini menetapkan harga yang wajar kita ga ambil keuntungan banyak-banyak mas pokoknya kita ambil margin keuntungan disini 10-20% dan juga disini harganya pas semua mas tidak terkandung harga ganjil contohnya Rp. 2500, Rp. 5000, Rp. 20.000 gitu mas kita pakai pembulatan harga dengan tujuan supaya kembaliannya gampang mas, saya paling sediain nominal uang recehan Rp.100 – Rp.200 mas untuk uang terkecil tapi jarang sekali kembalian pakai nominal

⁷⁶ wawancara dengan Azizah Ulfah Kasir Risa Mart Pada Tanggal 3 Maret 2023 Pukul 11.08 WIB

segitu paling sering ya nominal Rp. 500 mas kalau umumnya kasih kembalian. Kita pernah dulu pakai permen untuk kembalian tapi sekarang sudah tidak diperbolehkan mas karena pernah dapat teguran dari atasan karena menimbulkan ketidakadilan dan juga Kalau ada barang expired boleh dikembalikan mas, kalau karena salah beda ukuran tidak boleh mas.”

Kembalian yang berlaku di Risa Mart hanya menggunakan pecahan uang yang sah dan berlaku di Indonesia dengan menyediakan noinal uang terkecil antara lain yaitu Rp. 100, Rp. 200, Rp. 500 dan tidak memperbolehkan memberikan kembalian dengan barang atau semacamnya karena menimbulkan ketidakadilan berdasarkan prinsip-prinsip Islam.

c. Analisis mengenai keadilan harga dan perilaku pada Risa Mart

Keadilan dalam suatu harga adalah apabila nilai (uang) yang diberikan dari konsumen sesuai dengan barang yang didapatkan. Kemudian keadilan suatu harga merupakan salah satu elemen yang tidak dapat dilepas dari suatu transaksi antara penjual dan pembeli yang mana harga merupakan suatu hal yang harus dibayar sesuai dengan kualitas dan barang yang didapatkan.

Dalam Agama Islam keadilan harga sangat dijunjung tinggi, hal ini berkaitan dengan adat kebiasaan terhadap nilai harga suatu barang. Sedangkan harga yang adil dapat timbul karena adanya aktivitas permintaan dan penawaran terhadap nilai harga suatu benda. Adapun persamaannya, yaitu sama-sama memakai konsep keadilan, yang mana berdasarkan pada kesepakatan atau persetujuan antara kedua belah pihak.

Rasulullah *Shallallahu ‘alaihi wa salam*, bersabda⁷⁷ :

عَنْ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ شَيْبَةَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - : «إِنَّ النَّجَّارَ هُمُ الْفَجَّارُ» قِيلَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ أَلَيْسَ قَدْ أَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ؟ قَالَ: «بَلَىٰ وَلَكِنَّهُمْ يُحَدِّثُونَ فَيَكْذِبُونَ وَيَخْلِفُونَ فَيَأْتُمُونَ

⁷⁷ Yulian Purnama, “Peringatan keras bagi para pedagang”, <https://muslim.or.id/8466-peringatan-keras-bagi-para-pedagang.html>, diakses 17 Januari 2023.

Dari ‘Abdurrahman bin Syibel, ia berkata: “sesungguhnya para pedagang itu adalah kaum Faqir (suka berbuat maksiat), para sahabat heran dan bertanya, “bukankah Allah telah menghalalkan praktek jual beli, wahai Rasulullah?”. Maka Rasulullah menjawab, “benar, namun para pedagang itu tatkala menjajakan barang dagangannya, mereka bercerita tentang dagangannya kemudian berdusta, mereka bersumpah palsu dan melakukan perbuatan-perbuatan keji.” (HR. Ahmad)

Berdasarkan Hadits di atas, secara umum maka Risa Mart Kopenmasa wajib melakukan hal-hal berikut, yaitu :

- a. Menjual barang-barang yang tidak mengandung unsur haram, baik dari sisi materi, saat mendapatkannya, tempat proses mendapatkannya dan penggunaannya.
 - b. Tidak melakukan praktik penipuan, baik dari segi kualitas maupun kuantitas barang dagangan.
 - c. Tidak memaksa atau mengintimidasi pelanggan atau calon pelanggan untuk membeli produk yang dijual oleh Risa Mart Kopenmasa
 - d. Tidak melakukan sumpah palsu demi mencari keuntungan sepihak Risa Mart Kopenmasa.
- d. Program CSR (Corporate Social Responsibility) atau kegiatan sosial secara sederhana yang telah dilaksanakan oleh Risa Mart KOPENMASA dalam kegiatan ini merupakan suatu kegiatan wajib yang memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat sekitar hingga masyarakat secara luas dengan harapan dapat bermanfaat untuk masyarakat. Dalam program ini Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah menjalankan Zakat, Infaq, Shodaqoh (ZIS) yang telah sukses dijalankan yaitu dengan memotong besaran pendapatan pengurus Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah sebesar 2,5% dan disetorkan kepada lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah (LAZIS) setiap bulannya dan Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah mengadakan Bazar Sembako Murah untuk masyarakat dengan tujuan memberikan produk dengan harga terjangkau disaat harga-harga kebutuhan pokok terpaut cukup tinggi

sehingga kekuatan daya beli masyarakat kembali menguat dengan adanya bazar murah tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dan analisa tentang mekanisme penetapan harga jual barang dalam perspektif Ekonomi Islam dengan studi kasus pada Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Mekanisme penetapan harga jual barang pada Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah dengan menetapkan harga wajar yang mengikuti harga pasar yang berlaku dengan perhitungan dasar harga beli + Ppn + Margin keuntungan 5-20%. Penetapan harga jual pada Risa Mart berdasarkan asas keadilan dengan tidak menerapkan harga odd prices pada setiap produknya, karena odd prices atau harga ganjil akan menyebabkan sulitnya memberikan kembalian kepada konsumen dengan nominal yang ganjil maka konsumen akan terbebani biaya yang tidak semestinya konsumen bayar untuk setiap transaksinya.
2. Penetapan harga pada Risa Mart menggunakan dasar perhitungan mekanisme harga pasar dengan mempertimbangkan permintaan dan penawaran pada masyarakat serta mekanisme pembulatan harga pada Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam yaitu menetapkan harga dengan wajar/tidak berlebihan, pembulatan harga serta mempertimbangkan kekuatan daya beli masyarakat sekitar. Penetapan pembuatan harga di Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah tidak mengandung unsur penipuan karena pembeli akan membayar dengan harga yang semestinya atau harga jual dan pihak Risa Mart juga menerapkan kejujuran dalam memberikan kembalian dengan pembulatan harga tersebut Risa Mart tidak kesulitan untuk memberikan kembalian kepada konsumen karena nominal uang kembalian yang tertera tidak ganjil.

B. Saran

Saran yang akan penulis berikan kepada objek penelitian adalah :

1. Memperluas target pasar di era bisnis digital 4.0 saat ini yang awal mulanya target pasar Risa Mart hanya menyediakan kebutuhan konsumen pengunjung rumah sakit, staff/karyawan hingga masyarakat sekitar yang ada di lingkungan Risa Mart nantinya Risa Mart bisa dijangkau oleh masyarakat luas melalui E-Commerce serta marketplace-marketplace yang ada di Indonesia dengan harapan konsumen Risa Mart tidak hanya masyarakat di lingkungan tersebut tetapi dapat dijangkau oleh masyarakat luas serta mampu bersaing dengan pelaku-pelaku bisnis lainnya yang ada di Indonesia saat ini.
2. Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah harus mulai memelihara harga yang berlaku saat ini karena hal ini yang menjadi daya tarik konsumen untuk membeli dan menjadi pelanggan tetap dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dalam menggunakan berbagai macam produk yang ada di Risa Mart. Meningkatkan pelayanan dan mutu Risa Mart yang ditawarkan kepada konsumen karena mengingat Risa Mart Koperasi Konsumen Sultan Agung Syariah yang tersebar di beberapa titik di Rumah Sakit Sultan Agung ini tidak memiliki kompetitor dan menjadikan Risa Mart satu-satunya mini market yang dapat di akses pengunjung rumah sakit, kantor, kampus serta masyarakat sekitar yang membutuhkan berbagai macam produk-produk kebutuhan primer maupun sekunder.

C. Penutup

Dengan mengucap puji syukur kehadirat Allah Swt dengan hidayah dan inayahnya serta taufiq dari Allah Swt, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan dan pembahasan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dari penulis. Hal ini tidak lain karena keterbatasan yang ada pada penulis namun berkat dorongan dari keluarga, kerabat serta teman seperjuangan dengan rasa optimis penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga tuntas dan penulis berharap akan adanya saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, tidak ada kata yang paling bijak kecuali syukur Alhamdulillah atas segala rahmat dan karuniaNya, dan semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya dan dapat memberikan sumbangan yang positif bagi dunia ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011
- Alimuddin. *Merangkai Konsep Harga Jual Berbasis Nilai Keadilan Dalam Islam*, Ekuitas, 2011
- Arwani, Agus. *Epistemologi Hukum Ekonomi Islam (Muamalah)*, Religia, 2012
- Ash Shiddiqie, Hasbi. *Pengantar Fiqih Muamalah*, Jakarta: Bulan Bintang, 1987
- , *Tafsir Al Bayan*, Jil. I Bandung: PT Al Maarif
- Assauri, Sofjan. *Strategic Marketing*, Cet 1, Jakarta: Rajawali Press, 2012
- Azhar, dkk., *Sistem informasi akuntansi*, Bandung: lingga jaya, 2013
- Aziz Muhammad Azam, Abdul. *Fiqh Muamalat*, Cet. I Jakarta: Amzah, 2010
- Fathoni, Nur. *Konsep Jual Beli dalam Fatwa DSN MUI*, Economica, 2013
- Gulo, W. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Gramedia Widiarsa Indonesia, 2002
- Hadi, Sholikul. *Strategi Penetapan Harga Komoditas Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*, Al Kharaj, 2019
- Huda, Nurul. *Ekonomi makro islam*, Cet. I, Jakarta: Kencana, 2008
- Idri, H. *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, Cet. I, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015
- Imasari Tjiptodjojo, Kartika. *Odd Prices : Harga, Psikologi, dan Perilaku Konsumen dalam Purchasing Decision Making*, Manajemen, 2012
- Indriantoro, dkk., *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2012
- Irma Dwiratnaningrum, Ade. *Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Kaki Lima di Pasar Tradisional Ranomeeto, Robust*, 2022
- J Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010
- Kamal bin as-Sayid Salim, Abu Malik. *Shahih Fiqh Sunah*, Cet. I Jakarta: Pustaka At Tazkia, 2012

- Khaldun, Ibnu. *Mukaddimah*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001
- Kotler, Philip, dkk. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2* (Jakarta: Terj. Ancella Anitawati Hermawan, Salemba Empat, 2001), h. 478.
- Kotler, Philip, dkk., *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jil I, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2017
- Maryati, Tatik. *Ekonomi Mikro Islam Versus Konvensional*, Jakarta: Universitas Trisakti, 2017
- Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UPP AMYKPN, 2005
- Muslimin, Supriadi, dkk. *Konsep Penetapan Harga dalam Perspektif Islam*, Al-Azhar, 2020
- P. Angipora, Marius. *Dasar-dasar Pemasaran*, Cet. 2, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Press, 2009
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1999
- Quraish Shihab, Muhammad. *Tafsir Al Mishbah*, Jil. I, Jakarta: Lentera hati, 2002
- Rahman Ghazaly, Abdul, dkk., *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana, 2008
- Ratni, Yuli. *Analisis Mekanisme Penetapan Harga Ganjil (ODD PRICES) Dalam Perspektif Ekonomi Syariah studi kasus di toko-toko Ritel Kota Parepare*, Skripsi: Program Studi Ekonomi Syariah IAIN PAREPARE, 2021
- Robbins, dkk., *Perilaku organisasi*, Jakarta: Salemba Empat, 2014
- Rosyidah, Nurul. *Analisis Penetapan Harga Jual Bawang Merah Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Sengon Kec. Tanjung Kab. Brebes*, Skripsi: Program Studi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang, 2019
- Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014
- Sahroni, Oni, dkk., *Maqashid Bisnis dan Keuangan Islam*, Jakarta: Rajawali Press, 2016
- Saifullah, Kurniawan. *Studi Kelayakan Bisnis*, Cet. 2, Jakarta : Kencana, 2006

- Shobirin, *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, 2015
- Soemarsono, *Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual*, Jakarta: Rieneka Cipta, 1990
- Sukirno, Sadono. *Makroekonomi, Teori Pengantar*, Edisi Ketiga, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010
- Sunyoto, Danang. *Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis*, Jakarta: CAPS Center For Academic Publishing Service, 2013
- Tjiptono, Fandi. *Pemasaran Jasa*, Malang : Bayumedia Publishing, 2004
- Wardi Muslich, Ahmad. *Fiqih Muamalah*, Cet. I, Jakarta: Amzah, 2010
- Wibowo, Sukarno, dkk., *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2013
- Zulkarnain Alang, Agung. *Produksi, Konsumsi, dan Distribusi Dalam Islam*, Journal of Institution And Sharia Finance, 2019

Internet :

- <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/11?from=85&to=85>
- <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=275&to=275>
- <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=275&to=275>
- <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=279&to=279>
- <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=282&to=282>
- <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/28?from=77&to=77>
- <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=29>
- <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=29>
- <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=58&to=58>
- <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/9?from=119&to=119>
- <http://www.one.indoskripsi.com>,
- <https://kopmensa.com/profil/>

<https://muslim.or.id/8466-peringatan-keras-bagi-para-pedagang.html> diakses 17 Januari 2023.

Wawancara :

Affan Hadi Karyawan & Konsumen Risa Mart Pada Tanggal 3 Maret 2023 Pukul 14.30 WIB

Azizah Ulfah Kasir Risa Mart Pada Tanggal 3 Maret 2023 Pukul 11.08 WIB

Emi Staff Gudang Risa Pada Tanggal 3 Maret 2023 Pukul 12.19 WIB

Novian Prihartono Kepala Gudang Risa Mart Pada Tanggal 3 Maret 2023 Pukul 13.37 WIB

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Dokumentasi kegiatan penelitian

1. Penunjuk arah outlet Risa Mart KOPMENZA



Penunjuk arah digunakan dengan tujuan untuk memudahkan pengunjung mencari outlet Risa Mart yang ada di lokasi Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang.

2. Outlet Risa Mart KOPMENZA



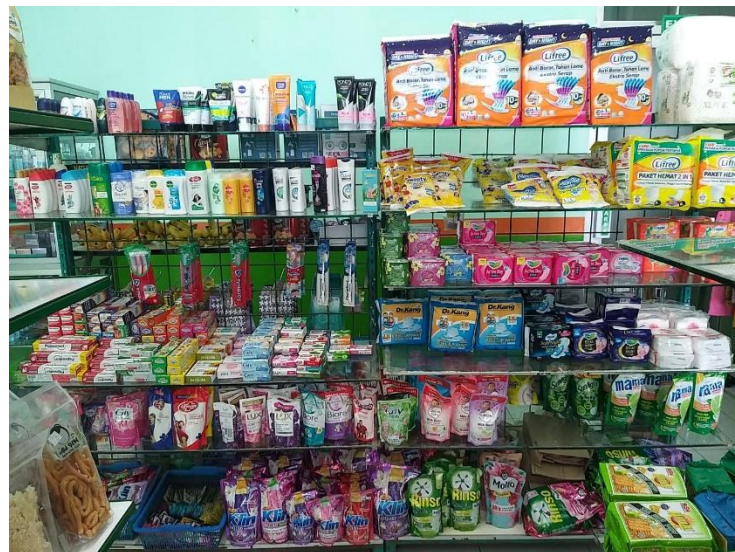
Outlet Risa Mart ini terletak di dekat pintu masuk Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang, tempat yang paling strategis dan mudah dijumpai oleh setiap pengunjung dan beroperasi 24 Jam melayani setiap pembeli yang membutuhkan barang ataupun makanan pokok.

3. Outlet Risa Mart KOPMENSA



Risa Mart KOPMENSA menyediakan berbagai macam kebutuhan barang sehari-hari hingga makanan pokok untuk memenuhi kebutuhan pengunjung dan Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang hingga masyarakat sekitar kampus UNNISULA

4. Produk Risa Mart KOPMENSA



Risa Mart KOPMENSA menyediakan berbagai macam kebutuhan sehari-hari dengan pelayanan yang maksimal dan penawaran harga yang

terjangkau untuk masyarakat luas karena Risa Mart memiliki aturan yang jelas terkait penetapan harga dengan berdasarkan keadilan dan kemaslahatan untuk orang banyak, dan Risa Mart tidak menerapkan harga ganjil pada tiap produk yang di jualnya.

5. Metode Pembayaran Elektronik (QRIS)



Risa Mart KOPMENZA menyediakan sarana pembayaran dengan 2 metode yaitu pembayaran tunai dan non tunai, untuk pembayaran berbasis non tunai atau uang elektronik pembeli dengan mudah scan barcode yang tersedia di kasir Risa Mart dengan tujuan untuk memudahkan setiap pembeli yang tidak membawa uang tunai tetap bisa membayar tanpa perlu bingung mencari ATM terdekat.

6. Wawancara dengan Bapak Novian Prihartono (Kepala Gudang)



Wawancara dengan Bapak Novian Prihartono menghasilkan data pedoman tata kelola Outlet serta metode penetapan harga yang diambil oleh Risa Mart dengan berbasas pada keadilan harga dan mekanisme pasar yang berlaku.

7. Wawancara dengan Ibu Emi Dwi (Staff Gudang Risa Mart)



Wawancara dengan Ibu Emi Dwi menghasilkan data pengelolaan keuangan serta hubungan dengan pemasok terkait ketersediaan barang yang ada di outlet Risa Mart serta pemberian gaji untuk setiap Karyawan Risa Mart KOPMENZA.

8. Wawancara dengan Bapak Affan Hadi (Karyawan Risa Mart)



Wawancara dengan Bapak Affan Hadi menghasilkan data keuntungan bagi setiap karyawan Risa Mart yang berbelanja di Risa Mart dan kemudahan

setiap transaksi pembelian dengan menggunakan metode pembayaran elektronik yang mudah serta pelayanan yang baik.

9. Wawancara dengan Azizah Ulfah (Kasir Risa Mart)



Wawancara dengan Ibu Azizah Ulfah menghasilkan data mekanisme pembayaran dan pengembalian kepada customer Risa Mart serta mekanisme pengecekan stok-stok barang yang limit untuk segera di laporkan kepada kepala Gudang.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Salman Alfarisi
Tempat/Tanggal lahir : Semarang, 16 Oktober 1999
Agama : Islam
NIM : 1705026115
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat asal : Bulustalan IIIA/353 B RT 002/002, Kel. Bulustalan,
Kec. Semarang Selatan, Kota Semarang

Pendidikan :

- TK PGRI 21 Semarang
- Sekolah Dasar Negeri Barusari 01 Semarang
- Madrasah Tsanawiyah Al Khoiriyyah Semarang
- Madrasah Aliyah Al Khoiriyyah Semarang
- S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 21 Maret 2023

Penulis,



Salman Alfarisi
NIM 1705026115