

**STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL “BUKET OEMAH.KADO”  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**(Studi Kasus Pedagang “Buket Oemah.Kado” Desa Kutawis, Kecamatan  
Bukateja, Kabupaten Purbalingga)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

**Oleh:**

**SRI MUNDRI ASIH  
NIM. 2017201118**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SRI MUNDRI ASIH

NIM : 2017201118

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Dan Keuangan Syariah

Program Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL “BUKET OEMAH.KADO” DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pedagang “Buket Oemah.Kado” Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga)**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 19 April 2024

Saya yang menyatakan



SRI MUNDRI ASIH  
NIM. 2017201118



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635824, Fax: 0281-638553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

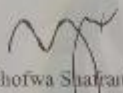
### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

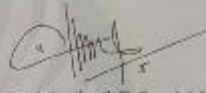
**STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL “BUKET OEMAH.KADO”  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Kasus Pedagang “Buket Oemah.Kado” Desa Kutawis, Kecamatan  
Bukateja, Kabupaten Purbalingga)**

Yang disusun oleh Saudara **SRI MUNDRI ASIH NIM 2017201118** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diajukan pada hari **Selasa, 28 Mei 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.


Ketua Sidang/Penguji

  
Yoiz Shofwa Suafriani, S.P., M.Si.  
NIP. 19781231 200801 2 027

Sekretaris Sidang/Penguji

  
Siti Maghfiroh, S.E.Sy., M.E.  
NIP. 19850601 202012 2 009

Pembimbing/Penguji

  
Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si.  
NIP. 19790323 201101 1 007

Purwokerto, 31 Mei 2024

  
Ditandatangani dan  
Dekan,  
  
Prof. Dr. Lutfi Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
di-  
Purwokerto.

**Assalamu'alaikum Wr.Wb.**

Setelah melakukan bimbingan, telaah arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari **SRI MUNDRI ASIH NIM. 2017201118** yang berjudul:

**STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL “BUKET OEMAH.KADO”  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pedagang “Buket  
Oemah.Kado” Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**

Puwokerto, 19 April 2024  
Pembimbing



Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si.  
NIP. 19790323 201101 1 007

## MOTTO

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang,”

(Imam Syafi’i)



**STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL “BUKET OEMAH.KADO”  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Kasus Pedagang “Buket Oemah.Kado” Desa Kutawis, Kecamatan  
Bukateja, Kabupaten Purbalingga)**

**SRI MUNDRI ASIH  
NIM. 2017201118  
E-mail: [srimumdri881@gmail.com](mailto:srimumdri881@gmail.com)**

**Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas  
Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

**ABSTRAK**

Harga adalah biaya atau pengorbanan yang harus dilakukan pembeli untuk menerima barang yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya. Penetapan harga tidak boleh bertentangan dengan ajaran Islam, karena Islam lebih mengutamakan kemaslahatan umat dalam setiap aktivitas duniawi dan hal ini juga berlaku juga bagi pedagang buket di toko “Buket Oemah.Kado” Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi para pedagang buket dalam menetapkan harga buket di toko “Buket Oemah.Kado” dan mengetahui strategi pedagang buket dalam menetapkan harga buket menurut perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber. Adapun sumber data yang digunakan yaitu primer dan sekunder.

Hasil dari penelitian menemukan bahwa strategi penetapan harga buket yang dilakukan pedagang buket toko “Buket Oemah.Kado” ini berbeda antara satu dengan lainnya atau tidak memiliki standar harga yang berpatokan terhadap harga tinggi maupun harga dasar. Pedagang membandingkan harga dengan beberapa pedagang lainnya dan strategi yang dilakukan pedagang dengan melihat modal ditambahkan dengan biaya lainnya dan mengambil keuntungan sebesar 40%. Penetapan harga buket dalam ekonomi Islam memiliki standar harga yang ditetapkan oleh mekanisme harga tanpa adanya keterlibatan pemerintah di dalamnya. Karena penetapan harga para pedagang buket menggunakan nilai keadilan dengan menetapkan harga yang wajar dan tidak mengambil keuntungan yang besar, beliau hanya menetapkan harga sesuai dengan pesanan yang diminta dan dalam proses pembuatan buket.

**Kata Kunci : Strategi Penetapan harga, Pedagang Buket, Ekonomi Islam**

**SELLING PRICING STRATEGY FOR "OEMAH.KADO BUKETS"  
FROM AN ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE  
(Case Study of "Buket Oemah.Kado" Seller, Kutawis Village, Bukateja  
District, Purbalingga Regency)**

**SRI MUNDRI ASIH  
NIM. 2017201118  
E-mail: [srimundri881@gmail.com](mailto:srimundri881@gmail.com)**

**Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business  
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

**ABSTRACT**

Price is the cost or sacrifice that a buyer must make to receive the desired goods according to their needs. Pricing must not conflict with Islamic teachings, because Islam prioritizes the benefit of the people in every worldly activity and this also applies to bouquet sellers at the "Buket Oemah.Kado" shop, Kutawis Village, Bukateja District, Purbalingga Regency. The aim of this research is to find out the strategies of bouquet traders in setting bouquet prices at the "Buket Oemah.Kado" shop and to find out the strategies of bouquet traders in setting bouquet prices according to an Islamic economic perspective.

This research is field research using a qualitative approach. The data collection techniques used by researchers are observation, interviews and documentation. The data validation technique uses source triangulation. The data sources used are primary and secondary.

The results of the research found that the bouquet pricing strategies carried out by the bouquet traders of the "Buket Oemah.Kado" shop were different from one another or did not have a standard price that was based on a high price or a base price. Traders compare prices with several other traders and the strategy carried out by traders is to see capital added to other costs and take a profit of 40%. Bouquet pricing in Islamic economics has price standards set by a price mechanism without any government involvement in it. Because bouquet traders determine prices using fairness by setting reasonable prices and not taking large profits, they only set prices according to the order requested and in the process of making the bouquet.

**Keywords: Pricing Strategy, Bouquet Traders, Islamic Economics**

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K Nomor: 158 Tahun

1987 – Nomor: 0543b/u/1987

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡ	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)



ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	.... ‘ ....	Koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Aprosof
ي	Ya	Y	Ye

**B. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap**

عدة	Ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

**C. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan h.**

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya kecuali bila dikehendaki lafal aslinya.

1. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al-aulya’
----------------	---------	-------------------

2. Bila ta’ marbuttah hidup dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة لغير	Ditulis	Zakat al-fitr
-----------	---------	---------------

#### D. Vokal Pendek

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

Contoh: نَسَ: *nas*    السَلَفَ: *salaf*    صَحِيحٌ: *Sahihu*

#### E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jahiliyah
2.	Fathah + Ya’ mati	Ditulis	A
	تانس	Ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya’ mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karim
4.	Dammah = wawu mati	Ditulis	U

	فروض	Ditulis	Furud
--	------	---------	-------

#### F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

#### G. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أأنتم	Ditulis	A'antum
أأعدت	Ditulis	U'iddat

#### H. Kata sandang alif + lam

1. Bila diikuti huruf qomariyah

القياس	Ditulis	Al-qiyâs
--------	---------	----------

2. Bila diikuti huruf syamsiyah ditulid dengan menggunakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, seta menggunakan huruf (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

#### I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadir Allah SWT karena dengan limpahan rahmat, hidayah, taufik, dan inayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL “BUKET OEMAH.KADO” DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pedagang “Buket Oemah.Kado” Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga)”. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang senantiasa mencurahkan syafa’atnya hingga Yaumul Kiyamah nanti.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya banyak mendapat dukungan, motivasi, bimbingan, bantuan tenaga dan pemikiran baik secara moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sul Khan Chakim, M.M., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M. Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Dr. H. Chandra Warsito, M. Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dewi Laela Hilyatin, M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. H. Sochim, Lc., M. Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Dr. H. Chandra Warsito, M. Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, arahan, motivasi, dan kesabaran selama proses hingga terselesaikannya skripsi ini. Semoga selalu dalam perlindungan Allah SWT.
13. Segenap dosen dan staff administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
14. Bapak Ahmad Pramadi dan Ibu Mulyanti yang selalu mengingat putrinya dalam setiap lantunan doa dan harapan ridho-Nya, adik, mbah kakung dan uti, pak de, bude bibi, paman yang telah berkontribusi dalam materi maupun spiritual yang telah mendukung saya.
15. Bu Solekhatun Salamah, dan keluarga yang telah memberikan izin observasi penelitian ini sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
16. Seluruh pihak wawancara yang telah meluangkan waktunya untuk menyumbangkan pemikirannya dalam pengumpulan data hingga terselesaikannya skripsi ini.
17. Untuk seluruh teman-teman ES C yang telah kebersamai dalam perkuliahan. Dan seluruh teman-teman yang kebersamai saya selama di

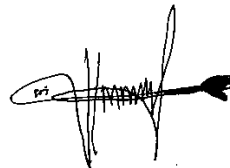
bangku perkuliahan, teman KKN, PPL dan PBM. Terima kasih untuk segala dukungan dari arah manapun

18. Abah Taufikurrahman dan Ibu Umi Wasilatul Karomah selaku pengasuh pondok pesantren Darul Abror Watumas Purwokerto Utara yang telah mencurahkan kasih sayangnya serta memberikan banyak ilmunya kepada santri-santri
19. Keluarga besar Pondok Pesantren Darul Abror Watumas Purwanegara, Komplek Al- Hikmah yang menjadi rumah kedua saya.
20. Keluarga Kamar 1 Komplek Al-Hikmah, Wiva Qurrota 'Ayuni, Puspa Wirasanti, Dhian Ara Febri Yanti, Ika Nur Baety, Nadia Fatihatun Najah, Zaidatul Husna, Ainun Najah yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
21. Keluarga wisuda 2024, Alfina Septiyawati, Rifdah Rahmawati, Khusnul Khatimah, Ayatullah Fatimah, dan Tiah yang telah menyemangati saya dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
22. Untuk diri sendiri, segala lika-liku menuju akhir perkuliahan yang telah dilalui dengan ketenangan tanpa penyesalan dengan segala pembelajaran yang di peroleh dari perjalanan penuh tantangan. Terima kasih.

Semoga semua doa, bantuan, arahan, nasehat, dan motivasi yang mereka berikan di balas dan mendapatkan imbalan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Purwokerto, 17 April 2024

Penulis



SRI MUNDRI ASIH

NIM. 2017201118

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional .....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Sistematika Pembahasan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
<b>A. Teori Strategi</b>	
1. Pengertian Strategi.....	8
2. Strategi Penetapan Harga .....	9
<b>B. Teori Harga</b>	
1. Pengertian Harga .....	12
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual .....	14
3. Penetapan Harga Jual.....	15
4. Pengertian Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam .....	19

5. Konsep Harga Dalam Pandangan Tokoh Muslim .....	20
<b>C. Teori Produksi</b>	
1. Pengertian Teori Produksi Dalam Islam .....	23
2. Konsep Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	24
3. Prinsip dan Tujuan Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	25
4. Faktor-Faktor Produksi.....	26
<b>D. Teori Ekonomi Islam</b>	
1. Pengertian Ekonomi Islam.....	27
2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Dalam Islam.....	29
3. Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Islam.....	30
<b>E. Kajian Pustaka .....</b>	<b>35</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	40
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	41
D. Sumber Data .....	41
E. Teknik Pengumpulan Data .....	42
F. Teknik Analisis Data .....	43
G. Uji Keabsahan Data .....	45
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Desa Kutawis.....	47
B. Gambaran Umum “Buket Oemah.Kado” .....	48
C. Strategi Pedagang “Buket Oemah.Kado” Dalam Menetapkan Harga ...	50
D. Strategi Pedagang “Buket Oemah.Kado” Dalam Menetapkan Harga Jual Menurut Prespektif Ekonomi Islam .....	60
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. KESIMPULAN .....	65
B. SARAN.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>93</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 1.2 Daftar Jenis-jenis harga buket yang diperjualbelikan di Toko “Buket Oemah.Kado” .....	52



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Toko “Buket Oemah.Kado” .....	48
--	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Pedoman Wawancara .....	71
Lampiran 1.1	: Pedoman Wawancara <i>Owner</i> “Buket Oemah.Kado” .....	71
Lampiran 1.2	: Pedoman Wawancara Karyawan “Buket Oemah.Kado” .....	72
Lampiran 1.3	: Pedoman Wawancara Pembeli di “Buket Oemah.Kado” .....	73
Lampiran 2	: Hasil Wawancara .....	74
Lampiran 3	: Dokumentasi Penelitian .....	84
Lampiran 4	: Surat Keterangan Berhak Mengajukan Judul .....	87
Lampiran 5	: Surat Izin Penelitian .....	88
Lampiran 6	: Sertifikat Lulus Seminar Proposal .....	89
Lampiran 7	: Surat Rekomendasi Munaqasyah .....	90
Lampiran 8	: Sertifikat PPL .....	91
Lampiran 9	: Sertifikat PBM .....	92



The logo of UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri is a circular emblem. It features a central white stylized symbol resembling a calligraphic 'U' or a similar religious motif, set against a light green background. Below this symbol is an open book. The text 'UIN' is written in large, bold, white capital letters across the middle of the emblem. At the bottom, the name 'PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI' is written in white capital letters, following the curve of the bottom edge of the circle. The entire emblem is surrounded by a yellow border.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kewirausahaan menjadi faktor penggerak dalam perekonomian modern. Selain itu, wirausaha bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di seluruh dunia. Keinginan yang kuat demi kesuksesan berawal dari kerja individu ataupun kelompok (Zimmerer, 2009). Dalam ekonomi, proses transaksi di mana masing-masing pihak berpartisipasi secara sukarela merupakan acuan dari perdagangan. Adanya bentuk transaksi dapat menguntungkan kedua belah pihak, dan meningkatkan utilitas masing-masing pihak (Suryana, 2011). Alasan mengapa strategi manajemen penting bagi organisasi: dalam strategi dapat memberikan arahan jangka panjang, membantu beradaptasi terhadap perubahan, mengidentifikasi keunggulan komparatif organisasi dalam lingkungan yang semakin berisiko, mengurangi aktivitas yang tumpang tindih, keterlibatan karyawan dalam organisasi. Selain itu, strategi akan lebih memotivasi dalam implementasi (Ritonga, 2020).

Harga jual suatu produk merupakan salah satu faktor penting disamping faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam bisnis perusahaan dagang maupun perusahaan manufaktur. Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Untuk menentukan harga jual yang tepat, terlebih dahulu harus diketahui harga pokok produksi, karena harga pokok produksi merupakan dasar bagi pedagang untuk menentukan harga jual. Penetapan harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting pada suatu perusahaan, sebab dari harga pokok dapat dibuat analisa rencana dan kekuatan pemasaran, penentuan harga jual dan penentuan nilai persediaan.

Jual beli merupakan salah satu perusahaan yang dijalankan oleh tim yang besar. Perdagangan adalah pertukaran uang dengan barang dan jasa.

Sementara itu, sah atau tidaknya jual beli tersebut tergantung pada pemahaman kita terhadap kaidah dan hukum yang mengatur transaksi tersebut. Oleh karena itu, siapa pun yang terlibat dalam bisnis harus memahami dan memahami bahwa sifat manusia berkorelasi berdasarkan faktor-faktor yang mendorong manfaat dan mencegah kerugian.

Jual beli hanya dilakukan demi menghasilkan uang. Apabila seorang pedagang dimaksudkan untuk menunaikan perintah agama yang berhubungan dengan pekerjaan, maka diperoleh keuntungan akhirat. Menciptakan sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain, akan memberi kita kepuasan duniawi, namun hal ini dilakukan demi menghasilkan uang. (Aziz, Abdul, 2008).

Saat mengetahui tingkat penjualan komoditas yang diproduksi, kita perlu melakukan perhitungan yang tepat selain melihat perkiraan (Sriyadi, 2010). Islam mengajarkan bahwa semua kegiatan ekonomi harus dilakukan secara adil dan transaksi yang melibatkan pembelian dan penjualan barang atau jasa harus mematuhi ketentuan ekonomi syariah. Larangannya adalah mengejar keuntungan berlebihan, jual beli yang tidak jujur, atau merugikan pihak mana pun yang terlibat (Rivai, Veithzal, 2009).

Karena harga jual didasarkan pada efektivitas pemasaran produk dan keuntungan penjualan, maka penetapan harga jual merupakan strategi pemasaran yang dilakukan manajer. Biaya menghasilkan jangka waktu minimal yang dipungut dari pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan dan tidak mengalami kerugian, dan hal ini menjadi faktor penentu harga jual. Biaya adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan jumlah uang yang dibayarkan untuk suatu barang yang diinginkan yang akan menguntungkan pedagang baik saat ini maupun di kemudian hari (Krismiaji dan Aryani A.Y, 2011:17).

Penetapan harga juga berbicara mengenai variasi produk. Jika produknya bervariasi tetapi ditetapkan dengan harga yang sama maka persepsi yang muncul adalah kesamaan kualitas sebagai cerminan variasi produk secara horisontal. Juga dapat dipakai untuk menjelaskan variasi

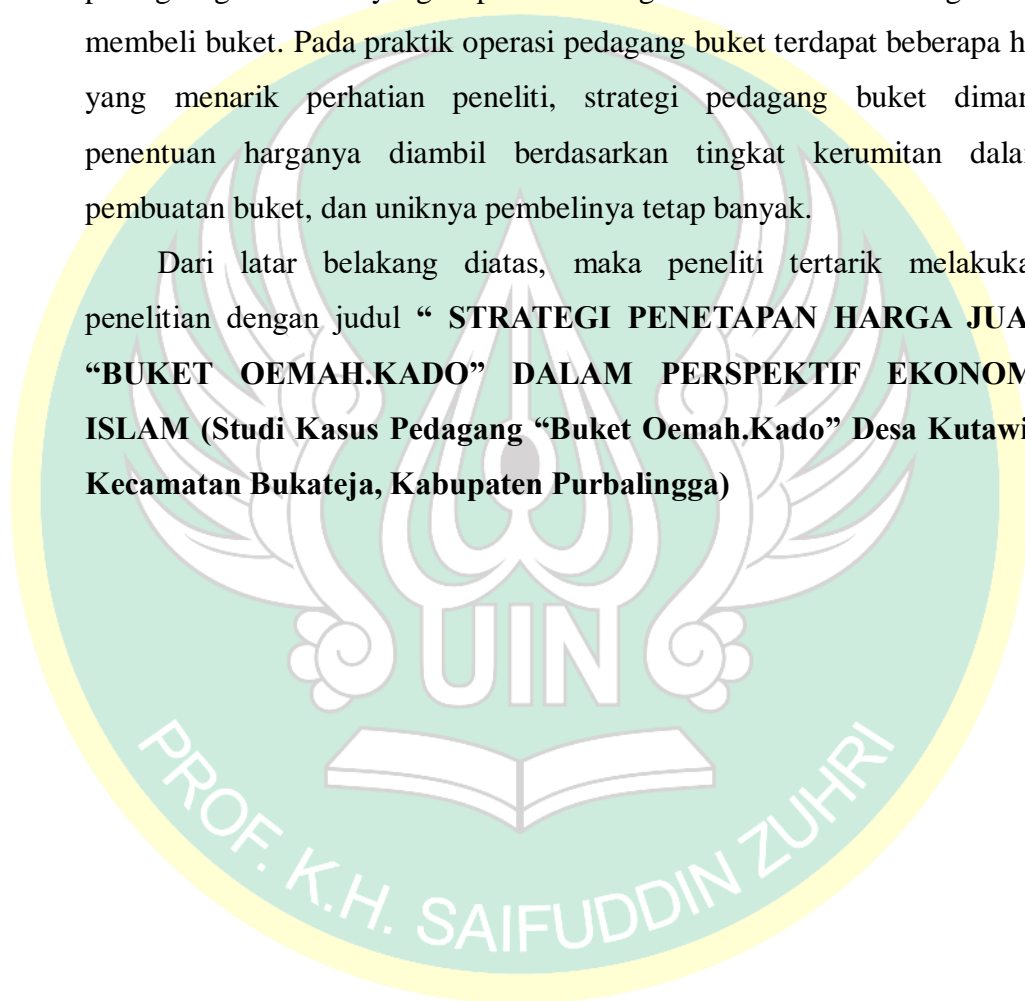
produk secara vertikal dengan kualitas yang bertingkat. Keputusan penetapan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran, pasar sasarnya serta penentuan jenis barang. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap jenis barang dan penetapan harga akan mempengaruhi konsumen dalam permintaan produk. Harga rendah juga berlaku ketika pedagang hendak mempertahankan pasar atau menghadapi strategi harga dari pesaing yang sedang melakukan penetrasi pasar. Bisa juga terjadi, strategi demikian diambil oleh sebuah pedagang ritel yang besar yang berusaha mencegah pesaing baru memasuki pasar (Sopiah, 2008). Salah satu contoh dari varian produk mengenai penetapan harga jual yakni buket.

Buket adalah sekumpulan barang mulai dari *snack*, uang, bunga, boneka, hijab, dan masih banyak lagi barang yang dirancang dalam berbagai model yang *estetik*. Selain itu, karangan bunga biasanya diberikan kepada orang yang tersayang untuk acara-acara penting seperti ulang tahun, *engagement*, wisuda, dan *anniversary*. Bentuk dari buket yang beraneka ragam masing-masing memiliki nilai keindahannya sendiri untuk dijualbelikan. Perkembangan buket juga mengenal *trend*, di saat *trend* sedang berlangsung harga buket menjadi sangat tinggi dan akan turun saat *trend* yang baru atau berikutnya berlangsung.

Di Purbalingga banyak buket yang dijual belikan oleh pedagang buket muslim dan mempunyai strategi masing-masing dalam menetapkan harga jual buket oemah.kado. Salah satu lokasinya di Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga. yang dimulai tahun 2021, dan sekarang sudah mulai berkembang karena lokasinya yang cukup strategis, bentuk buket yang gembul, rapi, dan terjangkau. Usaha dalam bidang pembuatan produk *gift* mulai ramai dan diminati banyak orang, mulai dari anak muda ataupun ibu-ibu. Karena seiring berkembangnya zaman masyarakat mulai membutuhkan *gift* sebagai bentuk ungkapan rasa kepada seseorang. Jenis dan model buket oemah.kado selalu menjadi alasan tersendiri bagi masyarakat untuk membelinya.

Berdasarkan observasi peneliti menemukan adanya masalah yang dihadapi pada jual beli khususnya pada pedagang buket dalam menetapkan harga jual. Pada umumnya pedagang buket berlomba-lomba menjual buket kekonsumen, harga buket dari pedagang satu dan lainnya mencirikan kerasnya persaingan industri perbuketan. Cara penting dalam berdagang adalah dengan menggunakan strategi. Strategi berfungsi sebagai alat perangsang dari luar yang dapat membangkitkan minat seseorang untuk membeli buket. Pada praktik operasi pedagang buket terdapat beberapa hal yang menarik perhatian peneliti, strategi pedagang buket dimana penentuan harganya diambil berdasarkan tingkat kerumitan dalam pembuatan buket, dan uniknya pembelinya tetap banyak.

Dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “ **STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL “BUKET OEMAH.KADO” DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pedagang “Buket Oemah.Kado” Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga)**”



## B. Definisi Operasional

Penelitian menelaah terkait istilah kata yang akan dipahami tanpa perlu ditafsirkan secara berbeda untuk mengomunikasikan tujuan, arah dan pencapaian penelitian, meliputi:

### 1. Strategi

Strategi merupakan rencana yang disatukan, luas, dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai. Strategi bertujuan untuk memilih tindakan yang tidak akan diambil oleh pesaing (Nilasari, 2014).

### 2. Harga

Menurut Philip Kotler (2012) Harga ialah sejumlah biaya yang perlu dikeluarkan pembeli bagi membeli barang. Selain itu harga juga sejumlah uang yang dibebankan tas suatu barang atau jasa (Maharani Vinci, 2009).

### 3. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usahanya memenuhi kebutuhan hidup dengan dasar syariat/ nilai-nilai ketuhanan. Ekonomi islam juga mengarahkan pada kesejahteraan manusia yang berakar pada ekonomi manusia (Mustafa E. Nasution, 2006)

### 4. Pedagang Buket

Pedagang Buket adalah orang yang mencari nafkah atau penghasilan tambahan dengan menjual produk berupa snack, bunga, coffe, dan lain sebagainya untuk dibungkus dengan cantik untuk dijual sebagai kado istimewa.



### C. Rumusan Masalah

Peneliti ingin mengembangkan beberapa rumusan masalah berikut berlandaskan latar belakang penelitian atas yaitu :

1. Bagaimana strategi pedagang “Buket Oemah.Kado” dalam menetapkan harga buket?
2. Bagaimana strategi pedagang “Buket Oemah.Kado” dalam menetapkan harga jual menurut prespektif ekonomi islam?

### D. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan kajian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pedagang “Buket Oemah.Kado” dalam penetapan harga buket.
2. Untuk mengetahui strategi pedagang “Buket Oemah.Kado” dalam menetapkan harga jual menurut prespektif ekonomi islam.

### E. Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Teoritis

Kajian ini bertujuan untuk membagikan jalan terhadap ilmu pengetahuan umum, dan ilmu pengetahuan islam khususnya, untuk ikut serta dalam kajian permasalahan mengenai strategi penetapan harga jual buket sesuai dengan ajaran Islam. Selain itu, kajian ini diinginkann mampu membagikan manfaat bagi akademika di Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Universitas Islam Negeri Prof KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi Penulis

Dari kajian ini mendukung bagi penulis untuk mempelajari strategi penentuan biaya jual produk buket dilihat dari perspektif ekonomi Islam.

##### b. Bagi Pedagang Buket

Hasil penenlitan ini nantinya bisa menjadi acuan untuk bisa mememanajemen keuangan dalam menentukan harga jual buket sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan mampu mendorong masyarakat untuk lebih memperhatikan transparansi pemberian harga oleh pelaku usaha selama pembelian.

**F. Sistematika Pembahasan**

Peneliti menggunakan sistematika pembahasan untuk memahami dan membantu dalam pemahaman materi penelitian dari awal sampai akhir sebagai berikut:

**Bab I Pendahuluan**, Latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan semuanya dimuat dalam bab ini.

**Bab II Landasan Teori**, Teori Strategi, teori harga, teori produksi, teori ekonomi Islam dan kajian pustaka dimuat dalam bab ini.

**Bab III Metode Penelitian**, terdiri atas jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan uji keabsahan data.

**Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**, bab ini akan berisi tentang gambaran umum Desa Kutawis, gambaran umum “buket oemah.kado”, strategi pedagang “buket oemah.kado” dalam menetapkan harga, dan strategi pedagang “buket oemah.kado” dalam menetapkan harga jual menurut perspektif ekonomi Islam.

**Bab V Penutup**, berisi tentang kesimpulan dan saran atau rekomendasi dari peneliti. Kemudian bagian akhir, penulis mencantumkan daftar pustaka, serta lampiran-lampiran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Teori Strategi**

##### **1. Pengertian Strategi**

Kata Yunani “Stratogos” (berarti komandan militer) yang asal mula dari kata “strategis”. Meskipun istilah "strategi" kini sering digunakan dalam berbagai konteks, termasuk bisnis, olahraga, dan bidang lainnya, istilah ini masih sering dikaitkan dengan operasi militer. Porter mengkarakterisasi strategi sebagai tugas membangun pendirian yang berbeda dan menguntungkan melalui penerapan banyak teknik. Porter lebih lanjut menggarisbawahi bahwa tujuan utama adanya strategi untuk mengambil tindakan yang tepat (Nilasari, 2014). Oleh karena itu, salah satu cara untuk memikirkan strategi adalah sebagai sarana untuk memandu agenda yang berdedikasi pada tujuan dan sasaran jangka panjang. Strategi organisasi yang besar harus mampu menyatukan seluruh komponennya untuk mencapai tujuan. Ada empat bagian strategi:

##### **a. Strategi Korporat**

Serangkaian langkah yang diambil suatu bisnis untuk beroperasi secara bersamaan di banyak pasar atau industri untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang dimaksud dengan strategi korporat.

##### **b. Strategi Perusahaan**

Strategi bisnis suatu perusahaan menginformasikan seluruh operasinya dan memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan mengenai organisasi secara menyeluruh.

##### **c. Strategi Bisnis**

Strategi bisnis berfokus pada persaingan dipasar itu bagaimana, khususnya pada macam-macam segmen bisnis suatu perusahaan. Rencana bisnis biasanya ditulis pada tingkat divisi dan berkonsentrasi untuk meningkatkan posisi kompetitif produk dan layanan perusahaan dalam industri atau segmen pasar tertentu yang dilayani divisi tersebut,

mungkin dengan menekankan peningkatan produksi dan profitabilitas layanan. Strategi perusahaan harus mempertimbangkan berbagai operasi fungsional untuk memenuhi tujuan divisi.

#### d. Strategi Fungsional

Dalam sebuah rencana strategis mempunyai tujuan mengidentifikasi suatu bisnis yang akan dijalankan perusahaan masing-masing akan menciptakan strategi yang lebih rinci. Penciptaan produk, pembelian, kekuasaan, pemasaran, dan sumber daya semuanya harus berkolaborasi secara efektif (Manullang, 2016).

## 2. Strategi Penetapan Harga

Konsumen memakai harga sebagai titik perbandingan berbagai hal, sementara perusahaan memakai untuk mengukur seberapa menguntungkan penawaran mereka. Berikut berbagai pilihan mengenai strategi penetapan harga:

### a. Strategi Penetapan Harga Produk Baru

Penetapan harga dipengaruhi oleh siklus hidup produk. Fase pengenalan produk baru menghadirkan permasalahan yang berbeda. Penetapan harga untuk barang peniru yang baru dirilis dan barang yang memiliki perlindungan paten. Penetrasi pasar dan skimming pasar adalah dua strategi harga yang tersedia bagi bisnis yang memproduksi barang baru dengan perlindungan paten.

#### 1) Penetapan Harga *Skimming* Pasar

Strategi ini, yaitu membebankan harga premium pada suatu produk, digunakan saat produk tersebut pertama kali diluncurkan ke pasar. Tujuannya adalah untuk menutupi pengeluaran yang berkaitan dengan penelitian dan pengembangan. Selain itu, harga pun kompetitif dan diturunkan secara bertahap. Teknik ini bertujuan untuk secara langsung meningkatkan profitabilitas. Pada situasi tertentu skimming pasar hanya diperbolehkan. Yang pertama dan terpenting, reputasi dan kualitas produk harus sesuai dengan biayanya yang

tinggi, dan jumlah pembeli yang cukup harus bersedia membayarnya. Kedua, dunia usaha menunda mengambil keuntungan dari dampak harga yang tinggi karena biaya produksi skala kecil tidak terlalu tinggi. Ketiga, pesaing tidak akan bisa terburu-buru memasuki pasar dan menyediakan produknya dengan harga diskon.

## 2) Penetapan Harga Penetrasi

Harga penetrasi, berbeda dengan harga skimming, adalah harga produk standar. Taktik ini berupaya mendapatkan persetujuan pasar dengan menetapkan harga awal yang rendah. Mendapatkan klien yang berdedikasi adalah salah satu tujuan strategi ini. Penetapan harga rendah disukai karena beberapa alasan. Pertama, pasar yang sangat sensitif terhadap harga diperlukan agar harga rendah dapat memperluas pasar. Kedua, biaya produksi dan distribusi harus diturunkan seiring dengan peningkatan volume penjualan. Ketiga, harga yang murah seharusnya mengecilkan persaingan (Mahfoedz Mahmud, 2005).

### b. Strategi Penetapan Harga Berdasarkan Persepsi Pelanggan Mengenai Nilai

Penetapan harga berdasarkan nilai yang dirasakan konsumen dan penetapan harga berdasarkan biaya produksi adalah dua kategori teknik penetapan harga yang terhubung dengan penilaian pelanggan terhadap barang atau jasa. Ini adalah sebagai berikut:

#### 1) Penetapan Harga Berdasarkan Konsumen

Dalam penetapan harga berbasis nilai konsumen, pengeluaran penjual tunduk pada evaluasi pembeli atas barang atau jasa. Penetapan harga yang berorientasi pada pelanggan adalah proses menetapkan harga yang mempertimbangkan fitur-fitur yang menurut pelanggan paling berharga dalam suatu produk. Penetapan harga berdasarkan nilai memungkinkan bisnis merancang kampanye dan barang

mereka sebelum menentukan berapa biaya yang dikenakan untuk barang tersebut.

## 2) Penetapan Harga Berdasarkan Biaya Produksi

Penetapan harga berdasarkan biaya menentukan harga produk dengan memperhitungkan biaya produksi, pemasaran, dan pengiriman serta tingkat pengembalian yang adil untuk risiko dan pekerjaan yang terlibat. Untuk rencana penetapan harga, faktor biaya sangat penting. Beberapa perusahaan berusaha untuk menjadi produsen dengan biaya terendah di bidangnya dengan menjaga biaya produksi serendah mungkin.

## 3) Penetapan Harga berdasarkan *Return of Investment* (ROI)

Ketika pemasar menggunakan penetapan harga laba atas investasi (ROI), mereka berupaya membujuk bisnis untuk menetapkan harga yang memungkinkannya menghasilkan sejumlah pendapatan tertentu. Selain itu, untuk menghitung biaya dan margin keuntungan menggunakan metode ini, bisnis harus memperkirakan volume. Jumlah penjualan proyek bisnis pada tahun mendatang atau rata-rata selama beberapa tahun dikenal sebagai volume yang direncanakan. Secara umum, penetapan harga terdiri dari beberapa komponen, khususnya:

### a) Strategi Penetapan Harga Produk Baru

Harga suatu produk baru harus dipilih dengan cermat karena berdampak pada kelangsungan produk dan ruang untuk ekspansi.

### b) Strategi Penetapan Harga Produk yang Sudah Mapan

Tiga metode penetapan harga potensial tersedia bagi perusahaan untuk dipertimbangkan: mempertahankan harga saat ini, menurunkan harga, dan menaikkan harga (Tjiptono, Fandy, 2015).

c) Strategi Penetapan Harga *Lini* Produk

Strategi yang digunakan oleh perusahaan dengan penjualan barang tinggi.

d) Strategi Penetapan Harga untuk Meraih Pangsa Pasar

Strategi ini memerlukan penentuan harga serendah mungkin untuk produk baru. Tujuannya adalah untuk menangkap porsi pasar yang cukup besar untuk mengurangi biaya dan menjauhkan pesaing dari bisnis ini.

e) Strategi Harga Bauran Produk

Penetapan harga bauran produk digunakan untuk menstabilkan harga secara keseluruhan karena produk yang berbeda mempunyai biaya produksi dan pengiriman yang berbeda (Sunyoto, Danang, 2014).

## B. Teori Harga

### 1. Pengertian Harga

Harga suatu barang adalah sejumlah uang yang harus dibayar pembeli untuk barang tersebut. Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan uang bagi perusahaan; elemen lainnya, yang meliputi barang, distribusi, dan promosi, menimbulkan biaya. Selain itu, jumlah uang yang ditawarkan pelanggan untuk membayar barang dan jasa atau sekadar menikmatinya merupakan arti lain dari harga (Kasmir, 2007). Harga mengacu pada nilai ekonomi suatu barang. Dalam pemasaran, harga harus bekerja sama dengan bauran pemasaran, promosi lain, produk, dan distribusi (Fandy Tjiptono, 2008).

Meskipun harga mewakili uang bagi pemilik bisnis, biaya yang dikorbankan dapat dilakukan oleh pembeli untuk menerima barang yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya. Bagi pemilik bisnis dan pedagang, harga adalah komponen yang paling cepat berubah sebagai respons terhadap situasi pasar karena harga dapat memberi tahu

pelanggan tentang kualitas dan merek produk mereka. Namun, elemen lain seperti produk, lokasi, dan iklan membutuhkan waktu lebih lama untuk diselesaikan (Nuryadin, 2007).

Dalam dunia pemasaran, penetapan harga merupakan hal yang krusial. Jika penjual menetapkan harga terlalu tinggi, calon pelanggan mungkin tidak mampu membelinya, sehingga dapat berdampak negatif pada promosi internal produk. Di sisi lain, karena harga suatu produk mungkin mengungkapkan sesuatu tentang kualitasnya, maka harga yang murah akan mempengaruhi profitabilitas dan membuat konsumen menganggap produk tersebut ketinggalan jaman atau kualitasnya rendah.

Nilai tukar yang dapat digunakan untuk membandingkan manfaat suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh seseorang atau organisasi pada waktu dan tempat tertentu terhadap barang atau uang disebut dengan harga. Biaya, margin (kenaikan harga), dan persaingan adalah tiga aspek utama yang harus diperhitungkan dalam penetapan harga untuk menilai seberapa baik setiap elemen bauran pemasaran berfungsi. Langkah pertama dalam menentukan harga ialah suatu perhitungan dari biaya yang memiliki hubungan antara produk atau jasa.

Menurut Krismiaji, suatu upaya yang dapat menyeimbangkan keinginan untuk memperoleh manfaat sebesar-besarnya untuk memperoleh pendapatan yang tinggi dan penurunan volume penjualan. Jika harga jual yang dibebankan konsumen terlalu mahal.

Pentingnya bagi seorang pelaku usaha atau pedagang untuk mengetahui harga jual sebelum memutuskan untuk berkembang. Jika harganya salah, sesuatu yang buruk akan terjadi. Harga yang terlalu tinggi akan membuat klien menjauh dan berdampak buruk pada penjualan, sedangkan harga yang rendah akan berdampak sebaliknya dan mengakibatkan kerugian. Sangat penting untuk memperhatikan penetapan harga karena hal ini mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan produk dan layanan. Penetapan harga yang tidak akurat dapat berdampak negatif terhadap produk yang ditawarkan untuk dijual (Kasmir, 2014).



Salah satu faktor yang dipertimbangkan pedagang adalah harga. Jika pedagang dapat memenuhi keinginan klien, maka pelanggan akan menerima dan mendapatkan keuntungan dari harga yang ditetapkan oleh mereka. sejumlah uang yang diberikan sebagai imbalan atas biaya. Harga suatu produk dapat diubah oleh pasar, dan biaya penyedia berdampak pada pilihan konsumen. Pelanggan yang mengetahui harga menetapkan kebijakan harga.

## 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Penentuan harga jual suatu produk tentunya rentang oleh tiga unsur utama, yaitu sebagai berikut:

### a. Permintaan Konsumen

Jumlah barang yang dibeli pada titik harga tertentu disebut permintaan. Permintaan pelanggan adalah elemen paling penting dalam semua aspek operasi bisnis, termasuk desain produk dan biaya. Harga jual dan aspek desain produk saling berhubungan. Misalnya, menghasilkan produk berkualitas tinggi membutuhkan banyak usaha dan sumber daya mentah yang unik. Manajer juga harus berhati-hati untuk menjamin klien mendapatkan harga jual.

Permintaan pelanggan sangat penting untuk bisnis dan aktivitas yang berkelanjutan. Akan ada jumlah yang lebih tinggi yang diminta pada titik harga yang lebih rendah. Bisnis sering kali mendapatkan informasi dari tim penjualan dan teknik riset pasar seperti survei pelanggan.

### b. Persaingan

Ketika memutuskan harga jual, pertimbangan harus diberikan pada pengaruh persaingan dan proses pengambilan keputusan. Dengan kata lain, proses harga jual menentukan pengaruh dan dipengaruhi oleh persaingan. Hal ini tidak berlaku pada pasar monopoli, dimana penjual menentukan harga jualnya sendiri dan tidak dipengaruhi oleh pesaing.

### c. Biaya- Biaya

Perusahaan yang berbeda memiliki kebutuhan pendanaan yang berbeda. Harga jual ditentukan di semua bidang perekonomian oleh kekuatan pasar dan pertimbangan biaya. Harga jual ditetapkan oleh pedagang di bawah biaya produksi, dan tidak ada bisnis yang melakukan markup pada barang tersebut. Jadi, biaya dan dinamika pasar berdampak pada harga jual.

### 3. Penetapan Harga Jual

Penetapan harga adalah proses memperkirakan pendapatan yang akan diperoleh suatu bisnis dari barang atau jasa yang dihasilkannya. Dalam kampanye pemasaran, penetapan harga memiliki berbagai tujuan. Untuk menetapkan harga, seseorang harus mempertimbangkan bagaimana menyelaraskan produk dengan tujuan pasar sasaran, yang memerlukan penelitian kebutuhan, keinginan, dan harapan basis pelanggan.

Dalam konteks pemasaran jasa tidak akan mudah pada pembelian harga. Jasa yang dipromosikan akan menjadi indikasi kualitas bagi konsumen dalam penerimaannya disebut harga. Adanya suatu kepuasan terhadap jasa menjadi penyesuaian antara produk dan jasa yang telah dipromosikan kepada konsumen, apabila terjadi kualitas atau harga yang tidak sesuai maka konsumen akan merasa tidak puas dengan apa yang telah ditawarkan.

Aspek utama lainnya dalam manajemen bisnis adalah penetapan harga. Di sisi lain, penetapan harga merupakan komponen utama dalam bauran pemasaran yang menunjukkan bagaimana pelanggan memandang kualitas, yang merupakan aspek penting dalam positioning suatu produk. Menetapkan harga dalam jangka waktu tertentu dikenal sebagai penetapan harga. Trader akan menerima margin jika biaya yang ditentukan melebihi jumlah yang telah ditentukan. Namun, pedagang tidak akan memperoleh penghasilan jika harga yang diterapkan kurang dari jumlah yang telah ditentukan (Buchari Alma, 2004).

#### a. Tujuan Penetapan Harga

Secara umum, terdapat empat kategori sasaran dalam penetapan harga, khususnya:

##### 1) Sasaran yang berpusat pada keuntungan.

Asumsi teori ekonomi klasik menegaskan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya. Kami menyebutnya maksimalisasi keuntungan objektif. Mustahil bagi suatu bisnis untuk menentukan dengan tepat titik harga yang akan menghasilkan keuntungan terbesar di era persaingan global karena rumitnya situasi yang dihadapi dan semakin banyaknya faktor yang mempengaruhi kemampuan bersaing setiap perusahaan. Akibatnya, beberapa bisnis juga menerapkan teknik sasaran keuntungan, yang menetapkan tingkat keuntungan yang sesuai dengan target keuntungan. Ada dua bentuk tujuan keuntungan yang populer: target ROI (Pengembalian Investasi) dan target margin.

##### 2) Tujuan Berdasarkan Volume

Selain tujuan yang berorientasi pada keuntungan, beberapa bisnis mendasarkan penetapan harga mereka pada tujuan yang berorientasi pada volume, yang juga disebut sebagai penetapan harga volume yang obyektif. Untuk memenuhi sasaran pangsa pasar atau volume penjualan, harga ditetapkan. Industri penerbangan sering kali melaksanakan tujuan ini.

##### 3) Sasaran Berfokus pada Citra

Strategi penetapan harga mempunyai kekuatan untuk membentuk reputasi perusahaan. Bisnis mungkin mengenakan biaya mahal untuk menciptakan atau mempertahankan merek prestise. Di sisi lain, harga yang rendah dapat dimanfaatkan untuk menciptakan persepsi nilai tertentu, misalnya dengan menjanjikan penawaran terbaik di lokasi tertentu. Pada dasarnya, tujuan dari harga tinggi dan murah adalah

untuk meningkatkan cara pelanggan memandang seluruh rangkaian produk perusahaan.

#### 4) Tujuan Stabilisasi Harga

Jika suatu perusahaan memotong harga di pasar dimana konsumen sensitif terhadap harga, maka pesaingnya juga harus melakukan hal yang sama. Situasi seperti ini memunculkan tujuan stabilisasi harga di industri tertentu. Stabilisasi dicapai dengan menetapkan harga sedemikian rupa sehingga harga suatu bisnis dan harga pemimpin industri tetap stabil.

#### 5) Tujuan lainnya

Keputusan penetapan harga juga dapat dibuat untuk menjaga loyalitas pelanggan, mencegah intervensi pemerintah, menghalangi masuknya pesaing, atau mendorong bisnis yang berulang (Laurenfia Verina Halim, 2000)

Karena setiap produsen memiliki tujuan yang berbeda-beda, setiap produsen perlu memiliki pendekatan unik dalam menentukan komponen-komponen yang penting untuk setiap langkah produksi, khususnya dalam hal harga. Dalam menentukan harga suatu produk, bisnis melakukan enam langkah, yaitu sebagai berikut:

- a) Bisnis dengan cermat mempertimbangkan semua tujuan pemasarannya, termasuk kelangsungan hidup, pertumbuhan laba, perolehan pangsa pasar, dan kualitas produk.
- b) Bisnis mengembangkan kurva permintaan yang menggambarkan kemungkinan volume barang yang dapat dijual pada titik harga berbeda setiap periode.
- c) Perusahaan menganggarkan pengeluaran yang bervariasi berdasarkan jumlah produksi.
- d) Dunia usaha mengandalkan pilihan harga pada pesaingnya.
- e) Bisnis menciptakan strategi penetapan harga yang menggabungkan penetapan harga berdasarkan nilai, penetapan

harga tahap pengembangan, analisis peluang dasar, penetapan sasaran keuntungan, harga-plus-biaya

f) Perusahaan memilih harga akhir (Danang sunyoto, 2013).

#### b Faktor-faktor Penetapan Harga

Seorang Pedagang harus memperhatikan faktor-faktor dalam menetapkan harga, sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga yaitu:

##### 1) Kondisi Perekonomian

Kebijakan pemerintah, peraturan, dan faktor sosial semuanya mempunyai dampak yang signifikan terhadap tingkat harga saat ini. Hal ini terutama terjadi pada nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing yang menyebabkan kenaikan harga berbagai barang, terutama barang impor atau barang yang terkena kebijakan ketat impor tunai dari pemerintah sehingga menekan nilai uang. Ketika nilai tukar rupiah menjadi sangat terbatas, maka penetapan harga akan dilakukan untuk mengimbangi jatuhnya nilai rupiah terhadap dolar.

##### 2) Elastisitas Harga

Harga dan volume maksimum yang dapat dijual akan bergantung pada seberapa elastis permintaan tersebut. Jenis barang tertentu mempunyai hubungan terbalik antara harga dan volume penjualan, artinya kenaikan harga akan mengakibatkan penjualan lebih rendah, dan penurunan harga akan menghasilkan penjualan lebih tinggi. Selain itu, pelanggan akan bereaksi berbeda terhadap setiap perubahan harga.

#### c. Tujuan Pedagang dalam menetapkan harga

Tujuan pedagang dipertimbangkan ketika menentukan harga suatu produk setiap pedagang memiliki ambisi yang unik. Berikut ini adalah tujuan spesifik yang ingin dicapai oleh para pedagang:

- 1) Mempertahankan kelangsungan hidup mereka sendiri.
- 2) Keuntungan maksimal yang dibatasi.
- 3) Membangun kepemimpinan dalam kuantitas.
- 4) Menghasilkan volume penjualan.

- 5) Membangun stabilitas harga dan mengalahkan persaingan.
- 6) Mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar.
- 7) Penuhi kewajiban sosial Anda.

#### 4. Pengertian Penetapan Harga dalam Pandangan Ekonomi Islam

Dalam perekonomian tradisional, produsen sering kali menentukan harga dengan menambahkan keuntungan yang diharapkan ke biaya produksi. Penawaran dan permintaan suatu komoditas mempengaruhi harga pasar serta kuantitas yang ditransaksikan (Sugiarto, 2000).

Ibnu Taimiyah menggambarkan harga yang wajar dalam Najmu Fatwanya sebagai harga yang berlaku untuk barang serupa pada waktu dan lokasi tertentu, serta standar di mana orang menjual barangnya. (Deky Anwar, 2013). Secara umum, harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan tirani atau eksploitasi yang merugikan satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Penjual harus menerima keuntungan tetap, dan pembeli harus menerima keuntungan sebesar jumlah yang dibayarkan, oleh karena itu harga harus mencerminkan keuntungan yang wajar bagi kedua belah pihak.

Kekuatan penawaran dan permintaan, atau kekuatan pasar, menentukan harga menurut filosofi Islam. Agar tidak ada pihak yang dirugikan dalam menjalankan usaha pada titik harga tertentu, maka pedagang dan pembeli harus bertemu secara sukarela (Adiwarman A. Karim, 2010). Q.S. An-Nisa: 29 memuat landasan hukum Islam yang ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadits, yang mencakup hukum-hukum yang berkaitan dengan penetapan harga.

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

Artinya: “ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.”

Harga merupakan salah satu aspek pemasaran atau penjualan. Menurut ajaran Islam, prinsip harga yang digunakan dalam transaksi jual beli diperbolehkan sepanjang tidak ada bukti yang sebaliknya, harga yang ditetapkan wajar, dan menguntungkan penjual maupun pembeli. Hal ini dikenal sebagai kebebasan harga.

Qardawi menegaskan bahwa jika seorang pedagang menahan suatu barang sementara pelanggan menginginkannya, maka pembeli pada akhirnya akan membelinya dengan harga dua kali lipat dari harga pembelian awal. Pedagang sukarela dalam situasi ini diharuskan menerima penetapan harga oleh pemerintah, yang wajib menentukan harga tersebut. Oleh karena itu, penetapan harga perlu dilakukan agar para pedagang dapat menjual dengan harga yang tepat guna menegakkan keadilan, sebagaimana amanah Allah (Yusuf Qardhawi, 1997). Sedangkan kekuatan penawaran dan permintaan menentukan harga, menurut Ibnu Taimiyah (Adiwarman A. Karim, 2010).

Berdasarkan penjelasan di atas, mekanisme pasar menentukan harga berdasarkan kekuatan dan permintaan pasar. Hal ini didukung oleh hadis Nabi SAW yang diriwayatkan oleh Anas Bin Malik yang menyebutkan bahwa setelah harga-harga di Madinah mengalami kenaikan, sejumlah sahabat Nabi mendatangi Nabi Muhammad SAW untuk menyuarakan keprihatinannya dan meminta agar beliau memperbaiki harga barang di pasar. Menanggapi hal tersebut, Rasulullah SAW bersabda, *“Sesungguhnya Allahlah yang menentukan harga, menahan dan mengeluarkan makanan, serta mengendalikannya. Saya berdoa agar tidak ada di antara kalian yang akan mengajukan gugatan atas perlakuan tidak adil terhadap orang atau harta benda ketika kita bertemu Allah dalam keadaan ini”*.

## **5. Konsep Harga dalam Pandangan Tokoh Muslim**

### **a. Al-Ghazali**

Karya Al-Ghazali *Al-Ihya 'Ulumuddin* mencakup berbagai topik ekonomi, termasuk bagaimana penawaran dan permintaan mempengaruhi harga. Meski tidak menggunakan terminologi modern ketika membahas

teori permintaan dan penawaran, pemikiran Al-Ghazali banyak terwakili dalam sejumlah bukunya (Adiwarman A. Karim, 2010).

Al-Ghazali mengakui bahwa menghasilkan uang adalah kekuatan pendorong utama di balik perdagangan. Namun beliau menekankan pentingnya etika bisnis yang bersumber dari ajaran Islam. Penghasilan yang sebenarnya adalah penghasilan yang diperoleh di akhirat. Ia juga mengatakan bahwa pemerintah harus membantu menjaga jalur perdagangan tetap aman untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan memudahkan perdagangan.

#### **b. Ibnu Khaldun**

Menurut Ibnu Khaldun, hukum penawaran dan permintaan menentukan harga. Tergantung pada pasar, harga semua komoditas lainnya dapat berubah (Adiwarman A. Karim, 2010). Dalam karyanya *Al-Muqaddimah*, Ibnu Khaldun menguraikan tentang kenaikan dan penurunan penawaran pada tingkat harga. *“Harga akan naik ketika barang yang tersedia sedikit, di sisi lain, lebih banyak barang yang akan diimpor jika kota-kota berdekatan dan transit aman, sehingga akan meningkatkan ketersediaan komoditas dan menurunkan harga.”*

Ibnu Khaldun sangat mengagumi harga pasar bebas, namun dia tidak menyarankan kebijakan pemerintah apa pun untuk mengendalikannya. Ia lebih fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi pengeluaran. Ibnu Khaldun melanjutkan, dinamika pasar, khususnya keseimbangan antara penawaran dan permintaan, mempunyai dampak signifikan terhadap bagaimana harga tercipta. Selain itu, Ibnu Khaldun menunjukkan bahwa selain komposisi yang dijelaskan, mekanisme pasar khususnya keseimbangan antara penawaran dan permintaan memiliki pengaruh besar terhadap bagaimana harga benar-benar terwujud. Dia menegaskan bahwa jika permintaan meningkat dan barang-barang menjadi langka, maka harga juga akan naik. Demikian pula, biaya pasti akan turun jika transportasi dan fasilitas lainnya memadai untuk menjamin ketersediaan komoditas.



### c. Abu Yusuf

Orang pertama yang menulis tentang harga dan mekanisme pasar adalah filsuf Muslim Abu Yusuf. Abu Yusuf menyatakan bahwa “*tidak ada batasan tertentu mengenai murah dan mahal yang dapat dipastikan*” dalam kitab Al-Kharaj (1997). Rakyat bertugas mengaturnya. Secara teori, tidak diketahui bahwa murahnya makanan bukanlah pertanda berlimpahnya persediaan makanan sebaliknya, murah dan mahal adalah atribut dari pemeliharaan Tuhan (Adiwarman A. Karim, 2010). Selain itu, Abu Yusuf mengatakan, faktor lain seperti jumlah uang yang beredar, penimbunan, dan jarak juga dapat mempengaruhi harga.

Intinya, teori-teori Abu Yusuf berasal dari pengamatannya terhadap fakta empiris, yang menyatakan bahwa harga yang rendah biasanya dikaitkan dengan kelangkaan komoditas, dan tingkat harga yang tinggi sering kali dikaitkan dengan melimpahnya barang.

### d. Ibnu Taimiyah

Ketika menjelaskan bagaimana penawaran dan permintaan mempengaruhi penetapan harga, Ibnu Taymiyah adalah pionir dalam bidang ini (Adiwarman A. Karim, 2010). Konsep harga yang wajar dan mendasar sudah ada dan diterapkan sejak awal Islam. Al-Qur'an sendiri menegaskan bahwa keadilan sangat dijunjung tinggi dalam seluruh aspek kehidupan manusia. Oleh karena itu, keadilan tentu saja harus diwujudkan dalam cara pasar beroperasi, khususnya dalam menetapkan harga (Adiwarman A. Karim, 2010).

Ada dua macam penetapan harga yang disebutkan dalam buku Sejarah Pemikiran Islam karya Ibnu Taimiyah: harga yang wajar dan diperbolehkan menurut hukum, dan harga yang tidak adil dan melanggar hukum. Harga yang naik akibat persaingan bebas yaitu kekurangan pasokan atau kelebihan permintaan dianggap tidak adil dan ilegal. Namun Ibnu Taymiyah menyarankan pemerintah untuk mengubah harga dan memaksa pedagang untuk memasok kebutuhan seperti makanan pada saat mendesak, seperti kelaparan. Penting untuk membedakan antara importir

dan pengecer lokal yang menyimpan produknya; Importir mungkin tidak terikat dengan kebijakan ini. Tapi mereka seharusnya menjual barang-barang mereka seperti mereka mengimpor. Menurut Ibnu Taimiyah, harga yang setara adalah harga yang diciptakan oleh kekuatan pasar yang tidak terbatas, khususnya benturan penawaran dan permintaan (Adiwarman A. Karim, 2010). Ia memberikan gambaran pergeseran harga pasar sebagai berikut:

*“Ketika orang menjual barang-barangnya dengan cara yang adil dan halal (al-wajh al-ma'ruf), harga-harga naik baik sebagai akibat dari pertumbuhan penduduk atau dampak dari kelangkaan barang. Kehendak Allah tercermin dalam kenaikan harga ini. Dalam hal ini, pemaksaan yang tidak pantas adalah memaksa penjual menjual barangnya dengan harga tertentu”.*

### **C. Teori Produksi**

#### **1. Pengertian Teori Produksi Dalam Islam**

Dalam konteks ekonomi Islam, kegiatan produksi berkaitan dengan manusia dan keberadaannya dalam aktivitas ekonomi. Produksi adalah proses menciptakan kekayaan dengan menggunakan sumber daya alam oleh manusia. Secara umum, produksi diartikan sebagai menciptakan nilai pada barang atau meningkatkan nilai pada suatu produk. Namun, dalam perspektif Islam, barang dan jasa yang diproduksi haruslah yang diperbolehkan dan menguntungkan menurut prinsip agama Islam (Hutauruk, 2023).

Dalam Islam, produksi didefinisikan sebagai usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik material, tetapi juga moralitas. Produksi bertujuan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat sesuai dengan ajaran agama Islam.

Produksi melibatkan proses mencari, mengolah dan mengelola sumber daya untuk menghasilkan output yang meningkatkan kesejahteraan manusia. Oleh karena itu, produksi juga mencakup aspek tujuan kegiatan dan karakteristik yang melekat pada proses dan

hasilnya. Dalam sistem ekonomi Islam, produksi merupakan salah satu aspek penting. Konsep produksi dalam sistem ekonomi Islam menekankan bahwa tujuan utama dari kegiatan ekonomi adalah untuk mencapai kesejahteraan individu dan keseimbangan umum.

## **2. Konsep Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Semua kegiatan produksi terkait erat dengan prinsip-prinsip syariat Islam, dimana semua kegiatan produksi harus sejalan dengan tujuan konsumsi itu sendiri. Seorang muslim melakukan konsumsi untuk mencari kebahagiaan, dan produksi dilakukan untuk menyediakan barang dan jasa guna mencapai falah tersebut. Terdapat beberapa implikasi mendasar bagi kegiatan produksi dan perekonomian secara keseluruhan, yaitu:

- a. Seluruh kegiatan produksi terikat pada nilai moral dan teknis yang Islam. Mulai dari pengorganisasian faktor produksi, proses produksi, pemasaran, hingga pelayanan kepada konsumen, semuanya harus mengikuti moralitas Islam. Produksi barang dan jasa yang dapat merusak moralitas dan menjauhkan manusia dari nilai-nilai agama tidak diperbolehkan.
- b. Kegiatan produksi harus memperhatikan aspek sosial kemasyarakatan dalam pelaksanaan kegiatan produksi, perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang berhubungan dengan kehidupan sosial dan masyarakat. Produksi harus mengedepankan keselarasan dan keselarasan dengan lingkungan sosial dan lingkungan hidup di masyarakat secara keseluruhan.
- c. Permasalahan ekonomi muncul bukan karena kelangkaan tetapi lebih kompleks. Permasalahan ekonomi tidak hanya disebabkan oleh kelangkaan sumber daya ekonomi untuk memenuhi kebutuhan manusia, tetapi juga melibatkan faktor-faktor yang lebih kompleks.

### 3. Pinsip Dan Tujuan Produksi Dalam Perspektif Islam

Tujuan produksi adalah meningkatkan kesejahteraan yang dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, termasuk:

- a. Memenuhi kebutuhan manusia pada tingkat moderat. Tujuan produksi yang adalah memenuhi kebutuhan manusia pada tingkat moderat. Ini mengimplikasikan bahwa produsen hanya menghasilkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan, meskipun tidak selalu sesuai dengan keinginan konsumen.
- b. Mengidentifikasi kebutuhan manusia dan memenuhinya. Meskipun produsen hanya menyediakan sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia, hal ini tidak berarti produsen bersikap diskriminatif dan reaktif terhadap permintaan konsumen. Produsen harus menjadi sosok yang kreatif, proaktif, dan inovatif dalam mengidentifikasi barang dan jasa yang menjadi kebutuhan manusia, dan kemudian memenuhi kebutuhan tersebut.
- c. Untuk mempersiapkan persediaan barang dan jasa di masa mendatang, produsen perlu fokus pada aspek yang berorientasi ke masa depan. Mereka harus terus berusaha meningkatkan kualitas barang yang dihasilkan melalui penelitian dan pengembangan, serta berkreasi untuk menciptakan produk baru yang lebih menarik dan diminati oleh masyarakat.
- d. Agama Islam mendorong umatnya untuk memperhatikan kebutuhan generasi yang akan datang. Dalam melakukan produksi, kita tidak boleh mengganggu kelangsungan hidup generasi mendatang. Pemanfaatan sumber daya saat ini tidak boleh menyebabkan kesulitan bagi generasi yang akan datang dalam mengakses sumber daya tersebut. Produksi saat ini memiliki dampak yang erat dengan kemampuan produksi di masa depan.
- e. Salah satu insentif utama bagi produsen adalah kebutuhan sosial dan memberikan infaq di jalan Allah. Ini mendorong produsen untuk meningkatkan tingkat output mereka dengan memenuhi tanggung

jawab sosial terhadap masyarakat. Meskipun kebutuhan pribadi, masyarakat, dan generasi saat ini dan mendatang telah terpenuhi, produsen tidak boleh berhenti berinovasi atau puas dengan apa yang telah dicapai.

#### 4. Faktor-Faktor Produksi

Dalam agama Islam, faktor-faktor produksi tidak hanya bergantung pada perubahan sejarah yang dipicu oleh berbagai kekuatan yang terkait dengan moneterisasi tenaga kerja, tanah, dan modal, serta munculnya negara-negara nasional dari sistem feodal, dan sebagainya. Faktor-faktor produksi juga terikat dengan kerangka moral dan etika yang abadi. Faktor-faktor produksi ini mencakup:

##### a. Pemanfaatan Tanah dalam Perspektif Islam

Al-Qur'an dan Sunnah menggarisbawahi pentingnya penggunaan tanah dengan baik. Pemanfaatan dan pemeliharaan tanah sebagai faktor produksi juga dianggap sebagai sumber daya alam yang dapat habis dalam konteks masyarakat ekonomi Islam. Pemborosan dalam penggunaan tanah dalam bentuk apapun dianggap sebagai tindakan yang terkutuk. Namun, penggarapan tanah tidak boleh menjadi satu-satunya kegiatan di negara Islam. Negara dapat menetapkan peraturan yang memastikan penggunaan tanah sebagai faktor produksi yang sejalan dengan pertumbuhan yang seimbang untuk kepentingan masyarakat.

##### b. Peran Tenaga Kerja dalam Perspektif Islam

Buruh merupakan faktor produksi yang diakui dalam sistem ekonomi, tidak tergantung pada kecenderungan ideologi mereka. Dalam Islam, buruh bukan hanya dianggap sebagai jumlah yang ditawarkan untuk dijual kepada pemberi kerja. Para pengusaha memiliki tanggung jawab moral dan sosial terhadap buruh. Dalam konteks Islam, penggunaan buruh memiliki arti yang lebih luas namun tetap terbatas. Lebih luas, karena melihat penggunaan jasa buruh di luar pertimbangan finansial semata.

c. Modal

Dalam sistem ekonomi Islam, modal memiliki peran yang khusus. Modal tidak dianggap sebagai faktor produksi utama, tetapi sebagai sarana produksi yang menghasilkan, yang merupakan perwujudan dari tanah dan tenaga kerja. Sebenarnya, modal dihasilkan melalui penggunaan tenaga kerja dan sumber daya alam.

d. Organisasi

Organisasi muncul sebagai salah satu elemen penting dalam faktor produksi, karena peranannya yang signifikan dalam analisis ekonomi, terutama dalam pengelolaan sumber daya manusia dan non-manusia.

## **D. Teori Ekonomi Islam**

### **1. Pengertian Ekonomi Islam**

Ekonomi Islam akan menganut agama Islam dalam beberapa hal karena berlandaskan pada agama Islam sehingga merupakan komponen integral di dalamnya. Islam merupakan pandangan hidup yang menawarkan berbagai pedoman hidup yang komprehensif, termasuk yang berkaitan dengan perekonomian.

Sebenarnya ekonomi Islam sudah ada sejak berdirinya Islam. Ekonomi Islam berasal sebagai komponen penting Islam dan bukan sebagai bidang keilmuan tersendiri. Islam adalah doktrin kehidupan komprehensif yang menawarkan prinsip-prinsip bagi semua usaha manusia, termasuk bisnis. Mengingat bahwa ekonomi Islam adalah aspek fundamental Islam dan didasarkan pada hal tersebut, maka ekonomi Islam akan menyesuaikan diri dengan Islam dalam beberapa hal. Islam adalah sistem kehidupan yang memberikan banyak aturan hidup yang mencakup segalanya, termasuk ekonomi. Alasan mengapa disebut ilmu ekonomi rabbani adalah karena ilmu ini bergantung pada bimbingan dan prinsip-prinsip spiritual. Karena ekonomi Islam diterapkan dan diarahkan pada kesejahteraan manusia, maka dikatakan berakar pada ekonomi manusia (Mustafa E. Nasution, 2006).

Cabang studi yang dikenal sebagai ekonomi Islam didefinisikan sebagai upaya untuk menyelidiki, menilai, dan mengatasi masalah ekonomi dari sudut pandang Islam. Pendekatan yang berlandaskan pada ajaran agama Islam, khususnya ajaran Al-Quran dan Sunnah, yang mana menjadikan pendekatan Islam.

Selain itu, pandangan Islam terhadap sains merupakan suatu pendekatan metodologis dalam penyelesaian masalah dalam kehidupan manusia yang berlandaskan pada komponen tujuan, metode untuk memastikan kebenaran ilmu pengetahuan, dan ajaran yang terdapat dalam teks-teks Islam. Ada pula yang berpendapat bahwa kajian ekonomi Islam adalah proses dimana masyarakat melakukan proses transaksi untuk memperoleh falah dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Dalam ilmu ekonomi Islam, penentuan kebenaran atau hukum didasarkan pada kebenaran induktif empiris (ayat kauniyah) yang memperkuat kebenaran deduktif wahyu Ilahi (ayat qauliyah). Prinsip-prinsip yang bersumber langsung dari ajaran Islam juga menjadi batasan bagi ekonomi Islam.

Ekonomi Islam yang landasan hukumnya mempunyai keunggulan dalam menangani permasalahan interpersonal dalam masyarakat. Oleh karena itu, undang-undang harus mampu menyelesaikan permasalahan kemanusiaan, baik saat ini maupun di masa depan. Oleh karena itu, tindakan menjauhkan diri dari berbagai aspek internal dan eksternal keberadaan manusia, termasuk keluarga, lingkungan, serta ranah spiritual dan material adalah tindakan ilegal. Oleh karena itu, Islam menuntut manusia untuk mengikuti instruksi Tuhan secara menyeluruh demi menjamin keselamatan mereka dalam kehidupan ini dan juga kehidupan selanjutnya.

Namun, Islam mendefinisikan semua perdagangan sebagai haram jika melindungi keuntungan individu atau mengakibatkan kerugian dan penderitaan bagi sejumlah orang atau masyarakat luas. Undang-undang

ini juga melarang penyuapan, pencucian, perjudian, spekulasi, dan monopoli metode produksi yang membatasi aktivitas pihak lain.

Dalam keuntungan, pedagang muslim boleh untung asalkan muamalahnya aman. Namun jika muamalahnya berupa jual beli barang haram, misalnya dengan ihtikar, penipuan, menyembunyikan harga, atau menipu takaran, maka keuntungan yang diperoleh haram.

Oleh karena itu, penggunaan teknik ekonomi syariah dalam perekonomian saat ini adalah tepat. Sistem yang ada saat ini memungkinkan penerapan Islam yang akan menegakkan keadilan harga baik bagi produsen maupun konsumen. Namun kesenjangan sosial masih terjadi dan hanya segelintir orang yang mampu membeli barang-barang tertentu.

## **2. Prinsip-Prinsip Ekonomi dalam Islam**

Karena ekonomi Islam diharapkan dapat meningkatkan cara masyarakat memenuhi kebutuhan ekonominya yang paling mendasar, perluasannya telah menjadi sumber pencerahan bagi masyarakat. Ajaran fundamental ekonomi Islam yang menjadi kerangka atau struktur bidangnya diambil dari Al-Qur'an dan Sunnah. Perilaku keuangan setiap orang diatur oleh konsep ekonomi fundamental. Moralitas Islam dan konsep ekonomi saling terkait erat. Masyarakat bisa terasing dari falah, tujuan akhir hidup, dengan menggunakan prinsip ekonomi tanpa nilai atau dengan nilai yang dikaitkan dengan prinsip.

Perekonomian yang bersifat normatif biasanya akan muncul dari penerapan nilai-nilai tanpa prinsip, padahal hal tersebut cenderung memperkuat nilai-nilai Islam dalam semua aktivitas perekonomian yang ada. Tiga gagasan mendasar yang menjadi landasan kegiatan ekonomi Islam: Pertama, segala sesuatu yang ada di alam semesta adalah milik Allah SWT yang menciptakan segala sesuatu. Kedua, Allah memberi umat manusia alat ideal yang dapat digunakan untuk melaksanakan tugas mereka sebagai khalifah duniawi dan untuk mengatur serta menggunakan



alam semesta ini demi pelestarian kehidupan dan lingkungan. Ketiga, hari terakhir ditentukan (Slamet Akhmadi, 2016).

### 3. Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Islam

Prinsip utama ajaran Islam, menurut berbagai sudut pandang ekonomi Islam, adalah tauhid, yang menyatakan bahwa semua usaha manusia di dunia termasuk usaha ekonomi harus diarahkan oleh satu hukum yang menyeluruh, yaitu hukum Allah. Segala sesuatu yang ada di dunia, baik alam maupun buatan manusia, pada hakikatnya diatur oleh hukum ini.

Dalam mematuhi hukum universal jika ilmu ekonomi mampu menerapkannya kembali yaitu hukum Tuhan, yang juga disebut sebagai hukum alam dan bukan peraturan yang dibuat oleh manusia. Membandingkan Keuangan Islam dengan Struktur. Menurut Adiwarmanto A. Karim (2010), lima prinsip universal yang menjadi landasannya adalah Tauhid (iman), 'Adl (keadilan), Nubuwwah (nubuatan), Khilafah (administrasi), dan Ma'ad (hasil). Perkembangan teori ekonomi Islam didasarkan pada pemikiran-pemikiran berikut, khususnya:

#### a. *Tauhid* (keimanan)

Ilmu tauhid membentuk landasan doktrin Islam. Karena Allah adalah pemilik alam semesta dan segala isinya, selain sebagai penciptanya, Dia juga pemilik segala sumber daya dan umat manusia. Golongan orang yang terakhir ini menjadi saksi dari peribahasa “tidak ada pemilik langit, bumi, dan apa pun selain Allah” dan “tidak ada yang patut disembah selain Allah.” Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 107 terkait dengan penjelasan sebelumnya menyebutkan hal berikut mengenai tauhid:

لَمْ تَعْلَمَ أَنَّ اللَّهَ لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا لَكُمْ مِنْ دُونِ اللَّهِ مِنْ وَلِيٍّ وَلَا نَصِيرٍ ١٠٧

#### b. *'Adl* (keadilan)

Tujuan utama risalah Rasul-Nya adalah menegakkan keadilan dan memberantas ketidakadilan. Yang terpenting, membayar individu secara adil merupakan komponen penting

dari keadilan, dan standar pengukuran dan penilaian yang seragam digunakan untuk mencapai hal ini. Harga yang menggantikan suatu barang dengan cara yang sepadan dengan nilai pasarnya dianggap adil. Inilah esensi keadilan tidak ada penambahan atau pengurangan dalam menentukan nilai elemen yang digunakan untuk mengidentifikasi kesetaraan esensi. Prinsip ajaran Islam yang paling mendasar adalah keadilan. Al-Qur'an mempunyai ayat dalam surat Al-Hadid ayat 25 yang menggambarkan keadilan sebagai berikut:

لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَن يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ ٢٥

Ibnu Taimiyah menggarisbawahi bahwa keadilan adalah prinsip utama keyakinan dalam tauhid. Selain itu, Sayyid Qutb menekankan bahwa keadilan merupakan unsur yang menyeluruh dan sangat penting dalam setiap aspek kehidupan. Namun, Muhammad Abduh menilai kejahatan yang paling buruk dalam konteks prinsip Islam adalah ketidakadilan.

Makna 'adl itu bengkok dan berbeda-beda, lurus dan sama, yang bertentangan. M. Quraish Shihab menyatakan demikian Orang yang adil adalah orang yang konsisten melakukan aktivitas yang sama, bukan melakukan dua perbuatan dan bersikap lurus ke depan. Hambatan untuk memilih pihak yang tidak setuju adalah kesetaraan.

Penerapan keadilan sistem ekonomi Islam pada berbagai operasi produksi dan perdagangan dijelaskan oleh Afzalur Rahman sebagai berikut:

1) Prinsip produksi yang berkeadilan.

Islam melarang pemeluknya untuk mengejar dan memperoleh kekayaan dengan cara yang tidak adil. Tergantung pada kapasitas mereka untuk mengumpulkan

kekayaan dalam hidup, setiap Muslim harus melakukan banyak pekerjaan. Kenyataannya, umat Islam disuruh berkeliling bumi untuk mencari sumber kehidupan setelah menyelesaikan shalat.

Setiap orang mempunyai kebebasan untuk bekerja demi mencari nafkah dan mengumpulkan uang, namun umat Islam juga mempunyai kewajiban untuk mengambil inisiatif untuk mencegah eksploitasi sumber daya produktif secara sewenang-wenang atas nama kesuksesan, kepentingan segelintir orang yang berkuasa, atau penindasan terhadap kelompok yang lebih lemah. Orang-orang dari komunitas tersebut. Pada dasarnya, mayoritas hukum-hukum masa kini yang membolehkan orang menjadi jutawan atau miliarder adalah hukum-hukum yang tunduk pada batasan hukum jika kita melihat hukum Islam secara keseluruhan, misalnya dalam bidang perdagangan dan industri. Islam cukup keras dalam hal ini dan memberikan sangat sedikit kemungkinan bagi siapa pun untuk mendapatkan uang sebanyak yang mereka inginkan.

## 2) Keadilan dalam konsumsi.

Muslim mencegah untuk menghambur-hamburkan uang atau melakukan perilaku tidak etis. Membuang-buang uang berarti melanggar kehendak Tuhan di depan umum karena tidak berterima kasih kepada-Nya dan para pengikut Setan. Gagasan tentang distribusi yang adil dan akses mudah terhadap kekayaan dijelaskan oleh Nabi. keadilan dalam hal konsumsi.

## 3) Keadilan dalam distribusi.

Dalam hal pendistribusian kekayaan, dua konsep panduan utama adalah keadilan dan kasih sayang. Yang terpenting, tujuan distribusi ini adalah untuk menjamin bahwa uang selalu

dibagikan kepada seluruh anggota masyarakat dan tidak memihak segelintir orang. Kedua, distribusi yang adil dari berbagai elemen produksi yang ada saat ini sangat penting bagi kesejahteraan negara dan masyarakat. Islam menyatakan bahwa semua orang, tanpa memandang ras, keyakinan, atau kelas sosial, diperlakukan sama dalam pencarian kekayaan. Tanpa batasan sosial atau hukum, siapa pun dapat membeli real estat hanya berdasarkan kemampuan mereka untuk mendapatkan keuntungan. Tujuan utama Islam adalah memberikan kesempatan yang sama kepada semua orang di pasar tanpa memandang status sosial ekonomi mereka. Lebih jauh lagi, Islam menentang hal yang berlebihan

c. *Nubuwwah* (kenabian)

Tujuan para nabi dan rasul adalah untuk memberikan standar tertinggi yang harus diikuti umat manusia agar dapat diselamatkan dalam kehidupan ini dan juga kehidupan selanjutnya. Umat Islam meyakini bahwa manusia terakhir dan sempurna yang dicita-citakan hingga akhir zaman adalah Nabi Muhammad SAW. Kualitas mendasar yang diperjuangkan masyarakat secara keseluruhan dalam perekonomian dan perdagangan adalah siddiq (kejujuran), amanah (kepercayaan), fathanah (cerdas), dan tabligh (keterbukaan). Ada beberapa model perilaku ekonomi yang dicontohkan oleh Nabi misalnya cara menjual barang yang benar, melakukan gadai, berserikat dalam bisnis, dan sebagainya juga pandangan nabi tentang harta kekayaan.

d. *Khilafah* (pemerintahan)

Keyakinan akan tanggung jawab manusia dan keimanan terhadap apa yang dipercayakan kepadanya, yang tercermin dalam perilaku dan sikap manusia terhadap Allah, manusia lain, dan alam semesta, itulah yang dimaksud dengan khilafah. Lebih

lanjut, khilafah menggambarkan tanggung jawab yang dibebankan kepada umat manusia untuk mengelola sumber daya yang telah Allah berikan guna meningkatkan mashlahah dan mencegah kerusakan pada permukaan bumi.

Arti penting kekhalifahan biasanya berasal dari kemampuannya untuk bertindak sebagai wakil atau wakil universal Allah. Untuk menjadi rasul-Nya dan memberikan kesejahteraan bagi dunia dan alam semesta, Allah menciptakan manusia untuk menjadi khilafah di muka bumi. Manusia memiliki atribut fisik, mental, dan spiritual yang diperlukan untuk kelangsungan hidup dan kualifikasi yang sukses. Sumber daya yang dihasilkan manusia akan cukup untuk memenuhi kebutuhannya dan menambah kenikmatannya jika digunakan secara bijaksana dan efektif. Ayat Al-Qur'an yang terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 30 mendefinisikan khilafah sebagai berikut:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ  
الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ۝ ۳۰

e. *Ma'ad* (hasil)

Firman Allah menyatakan bahwa manusia diciptakan di muka bumi ini untuk berpindah. Perjuangan yang akan membuahkan hasil dalam kehidupan ini maupun kehidupan selanjutnya. Perbuatan positif akan menarik perbuatan positif, dan sebaliknya. Imam Al-Ghazali menegaskan, motivasi para pembisnis adalah mengejar keuntungan. Oleh karena itu, keuntungan dunia dan akhirat merupakan cara Islam memandang keuntungan dalam membangun legitimasi.

Pesan dari ma'ad adalah kita pada akhirnya akan kembali kepada Allah, kemanapun kita berpergian di kehidupan ini atau di akhirat, baik di dunia maupun di akhirat. Dunia dipandang oleh

umat Islam sebagai “ladang akhirat”. Artinya, walaupun manusia mampu bekerja keras dan berbuat baik di dunia, namun akhirat lebih utama dari pada akhirat.

#### D. Kajian Pustaka

##### 1. Penelitian Terdahulu

**Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu**

NO.	KAJIAN PUSTAKA	
1.	Judul	(Muhammad Ismail Ali, 2017 ) “Strategi Penetapan Harga Atk Cv.Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam”
	Hasil Penelitian	Penetapan harga ATK di CV Putra Pelangi Berkah telah sesuai dengan konsep ekonomi Islam, karena harga ATK di CV Putra Pelangi Berkah di bentuk oleh mekanisme harga yang ada, yaitu bertemunya penjual dan pembeli.
	Perbedaan	Pada penelitian terdahulu melakukan penetapan harga ATK di CV Putra Pelangi, sementara penulis melakukan analisis strategi penetapan harga.
	Persamaan	Ruang lingkup penelitian, yaitu tentang Strategi Penetapan Harga.
2.	Judul	(Anita Novita Sari, 2021) “ Pengaruh Strategi Penetapan Harga Dan Kualitas Pelayanan Di Kedai Kopi Kini Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.
	Hasil Penelitian	Untuk mengetahui pengaruh startegi penetapan harga dan kualitas pelayanan

		terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi Kini secara simultan dan parsial. Serta untuk mengetahui dan menganalisa penetapan harga dan kualitas pelayanan di Kedai Kopi Kini terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif Ekonomi Islam.
	Perbedaan	Pada penelitian terdahulu melakukan strategi penetapan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan menganalisa penetapan harga dan kualitas pelayanan di Kedai Kopi, sementara penulis melakukan analisis strategi penetapan harga jual dalam perspektif ekonomi islam.
	Persamaan	Ruang lingkup penelitian, yaitu tentang Strategi Penetapan Harga.
3.	Judul	(Feni Slamet Riyanti, 2022) “ Strategi Penetapan Harga Pada Pedagang Sembako Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pasar Jatilawang, Kabupaten Banyumas).”
	Hasil Penelitian	Strategi penetapan harga pada pedagang sembako di Pasar Jatilawang Kabupaten Banyumas adalah harga yang berlaku dipasaran dan kebijakan harga yang kompetitif atas barang yang berkualitas tinggi serta dipengaruhi oleh mekanisme pasar.
	Perbedaan	Pada penelitian terdahulu melakukan mekanisme pasar melalui strategi penetapan harga sembako yang ada di pasar, sementara

		penulis melakukan analisis strategi penetapan harga jual dalam perspektif ekonomi islam pada pedagang buket.
	Persamaan	Ruang lingkup penelitian, yaitu tentang Strategi Penetapan Harga.
4.	Judul	(Siti Muflikhatul) “ Penentuan Harga Jual Beli dalam Ekonomi Islam”.
	Hasil Penelitian	<p>Pada penelitian ini adanya pembatasan pada penentuan harga yang dilakukan dalam proses jual beli saja bukan dalam proses jual beli saja bukan dalam transaksi yang lain dan membedakan antara kata “penentuan” dan “pematokan”, jika “ penentuan harga” adalah langkah pertama yang dilakukan oleh seorang penjual untuk menghargai suatu barang yang dijual, sedangkan “pematokan harga” adalah harga yang telah ditetapkan dan dipatok yang tidak bisa dirubah dan bersifat mengikat yang tidak bisa dinaikkan atau diturunkan sehingga membatasi penjual maupun pembeli dalam menentukan harga. Dalam skripsi tersebut dijelaskan cara menentukan harga dalam ekonomi Islam yaitu, dengan mempertimbangkan bahwa harga tersebut pantas, pantas disini adalah harga yang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi harga dan berprinsip kepada hakekat jual beli yaitu saling tolong menolong. Dan faktor-faktor yang mempengaruhi harga antara lain, (1) kondisi</p>



		perekonomian, (2) penawaran dan permintaan, (3) elastisitas permintaan, (4) persaingan, (5) biaya, (6) tujuan perusahaan, (7) pengawasan pemerintah, dan (8) posisi tawar.
	Perbedaan	Pada penelitian terdahulu melakukan mekanisme pasar melalui strategi penetapan harga sembako yang ada di pasar, sementara penulis melakukan analisis strategi penetapan harga jual dalam perspektif ekonomi islam pada pedagang buket.
	Persamaan	Ruang lingkup penelitian, yaitu tentang Strategi Penetapan Harga.
5.	Judul	(Supriadi Muslim) “ Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam”
	Hasil Penelitian	Menjelaskan konsep retribusi di Islam sejalan dengan Maqashid al-Syariah, yang menyatakan bahwa tujuan retribusi adalah untuk mengumpulkan keuntungan dan mencegah bahaya di antara orang-orang. Dengan memerangi distorsi pasar, harga menjadi syarat untuk menjaga keuntungan manusia (dengan melawan mafsada atau kerusakan yang dialami di lapangan). Adapun premis yang mendasar menurut Islam adalah harga ditentukan oleh keseimbangan penawaran dan permintaan serta keadilan ekonomi, dengan mempertimbangkan kepentingan semua pelaku pasar. Adapun ketika suatu kegiatan

		yang menjadi masalah pihak dari pemerintah memainkan peran penting dalam pembuatan kebijakan penetapan harga, dan menyelidiki pada beberapa elemen-elemen yang menghasilkan masalah pada distorsi pasar atau harga mencapai titik keseimbangan.
	Perbedaan	Pada penelitian terdahulu melakukan pada analisis konsep penetapan harga, sementara penulis melakukan analisis strategi penetapan harga.
	Persamaan	Ruang lingkup penelitian, yaitu tentang Penetapan Harga.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*fieldresearch*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang menggambarkan kondisi objek atau subjek penelitian yang diamati selama penyelidikan. Metode ini digunakan sebagai prosedur pemecahan masalah (Srisusilawati, 2021). Penelitian kualitatif ialah mencari tahu arti, penjelasan, penafsiran, tentang sesuatu peristiwa, fenomena, ataupun kehidupan manusia dengan ikut serta langsung maupun tidak langsung dalam setting yang kontekstual, serta merata.

Penelitian kualitatif melihat atau memandang obyek selaku sesuatu yang dinamis, hasil kontruksi pemikiran serta interpretasi terhadap indikasi yang diamati, dan utuh (*holistic*) karena tiap aspek dari obyek itu memiliki satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan (Sugiyono, 2019). Penulis melakukan penelitian secara langsung mengenai Strategi Penetapan Harga Jual “Buket Oemah.Kado” Dalam Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Kasus Pedagang “Buket Oemah. Kado” Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga).

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di Pedagang “Buket Oemah.Kado”, Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga. Alasan pemilihan lokasi tersebut karena dari lokasinya berpeluang besar dalam bisnis buket dan sudah beroperasi jualan buket sudah lebih dari 1 tahun. Diharapkan dari lokasi tersebut dapat memberikan data-data yang mendukung penelitian. Waktu Penelitian dilaksanakan dari bulan Oktober 2023 sampai bulan Maret 2024.

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan sumber utama data penelitian yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti. Subjek pada penelitian yaitu pedagang “Buket Oemah. Kado”. Sedangkan untuk objek dari penelitian adalah Strategi Penetapan Harga Jual “Buket Oemah.Kado” Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga.

### **D. Sumber Data**

Menurut (Moleong, 2018) penyajian data verbal atau tertulis serta objek yang penulis amati guna memperoleh makna dan kesimpulan untuk tujuan penelitian merupakan contoh sumber data dalam penelitian kualitatif. Sumber-sumber data dikelompokkan menjadi:

#### **a. Sumber Primer**

Informasi lisan dari partisipan penelitian atau sumber lain yang berkaitan dengan variabel yang diteliti disebut sebagai data primer (Sodik,2015). Data primer adalah informasi yang peneliti peroleh langsung dari sumber (Sugiyono,2018). Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau data yang perlu diolah lagi. Data primer diperoleh melalui penelitian langsung atau secara online. Data primer yang dijadikan penelitian yaitu para Pedagang “Buket Oemah.Kado”. di Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga.

#### **b. Sumber Sekunder**

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data biasanya menggunakan dokumen, foto, dan lain sebagainya (Sugiono,2018). Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari catatan, buku, artikel atau data yang tidak perlu diolah lagi. Pada data yang digunakan untuk mendukung suatu informasi dari suatu penelitian dari lapangan.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

### 1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks dan tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis yang didalamnya terdapat pengamatan dengan pencatatan yang sistematis terhadap objek yang diteliti (Hardani, 2020). Yang dimaksud dengan observasi adalah metode pengamatan juga pencatatan secara sistematis terhadap fenomena pada objek penelitiannya Untuk mendapatkan data yang perlu dikumpulkan dalam penelitian, peneliti perlu melakukan observasi, kegiatan observasi merupakan pengamatan terhadap objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung (Satori, 2013). Observasi yang dilakukan yaitu pada pedagang “Buket Oemah.Kado” di Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga.

### 2. Wawancara

Wawancara merupakan pengumpulan informasi guna memperoleh pemahaman mengenai fenomena yang akan diteliti (Masumah, 2019). Pembagian wawancara yaitu ada wawancara terstruktur atau semiterstruktur dan wawancara berstruktur.

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, jika pengumpul data atau peneliti sudah mengetahui secara pasti tentang informasi apa yang akan mereka terima. Dengan wawancara terstruktur ini peneliti menyiapkan pertanyaan yang sama yang akan diberikan ke setiap responden, dan pengumpulan data wawancaranya. Wawancara terstruktur memungkinkan beberapa pewawancara digunakan sebagai pengumpul data saat pengumpulan data (Sugiyono, 2020). Pada penelitian ini untuk memperoleh data,

peneliti akan melakukan wawancara dengan pedagang buket, pembeli langganan yang berkaitan dengan penelitian di pedagang “Buket Oemah.Kado” milik Bu Lekha di Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan dalam memperoleh data dengan mencatat data-data yang sudah ada melalui dokumen-dokumen, bisa dalam bentuk tulisan, gambar, foto dan hal lain yang berkaitan dengan penelitian (Hardani, 2020). Dokumentasi pada penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan strategi penetapan harga jual buket .

## F. Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman (1992) proses penilaian data kualitatif dilakukan secara interaktif dan dilanjutkan hingga tugas selesai. Analisis data merupakan proses multi tahap yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. (Sugiyono,2018.)

### 1. Reduksi Data

Pemilihan, pemusatan, dan perampingan data dalam catatan sesuai dengan data di lapangan seringkali menjadi prosedur dalam reduksi data (Hardani, 2020). Selain itu, bentuk laporan atau data yang terperinci berupa kesimpulan data yang tertulis akan memberikan gambaran lebih tajam tentang hasil pengamatan untuk mempermudah peneliti dalam mencari data. Catatan yang diperoleh dari lapangan dalam perubahan data yang intens dengan proses pemilihan, penyerdehanaan data kompleks maupun hipotesis disebut reduksi data. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan dan menyederhanakan data-data yang berkaitan dengan Penetapan Harga Jual “Buket Oemah.Kado” dalam prespektif ekonomi Islam di Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga.

## 2. *Display Data* / Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman, *display data* yaitu penyajian dari sekumpulan informasi yang sistematis yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan tindakan (Hardani, 2020).

Dalam penyajian data penelitian kualitatif menggunakan teks naratif tetapi bisa menggunakan tabel, grafik, diagram, dan matriks (Sugiyono, 2020). Dari adanya penyajian data akan membantu mempermudah peneliti untuk mendalami data dan merencanakan proses untuk penelitian.

## 3. Penarikan Kesimpulan

Membuat kesimpulan dari temuan penelitian adalah proses membuat kesimpulan. Pada kesimpulannya terdapat gambaran suatu objek yang belum jelas sebelum dilakukan penelitian, namun menjadi jelas setelah dilakukan penelitian (Abdussamad, 2021). Apabila tidak ditemukan bukti-bukti baru yang lebih kuat maka kesimpulan awal dapat dikatakan kesimpulan yang kredibel dan valid (Sugiyono, 2010). Adapun kesimpulan validitas sesuatu dalam proses penelitian dengan cara :

- a. Dalam penulisan menggunakan pemikiran ulang.
- b. Melakukan tinjauan ulang terhadap catatan yang diperoleh di lapangan.
- c. Melakukan pengembangan kesempatan pada nilai objektif melalui tinjauan ulang atau bertukar pikiran.
- d. Melakukan perluasan upaya untuk penempatan salinan dalam temuan di susunan data.

Jika tidak ada bukti lebih lanjut yang ditemukan pada tahap selanjutnya, temuan awal yang bersifat sementara dan dapat berubah. Sebaliknya suatu kesimpulan dianggap kredibel jika didukung oleh bukti-bukti yang andal dan konsisten ketika peneliti kembali terjun ke lapangan (Sugiyono, 2018).

## G. Uji Keabsahan Data

Untuk menyempurnakan komponen teoritis, metodologis, dan interpretatif penelitian kualitatif, pada uji validitas yang digunakan adalah triangulasi, yang mana verifikasi data dengan menggunakan beberapa sumber, pendekatan, dan waktu (Mekarrisce, 2020). Triangulasi yang dipakai dalam pengkajian untuk menilai keandalan data dengan cara membandingkannya pada sumber yang sama dengan menggunakan beberapa metode (Sugiyono, 2018). Untuk memverifikasi kualitas data yang dikumpulkan untuk pengkajian yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi penelitian. Setelah data-data terkumpul semua hal yang dilakukan yaitu uji keabsahan data. Keabsahan data bertujuan untuk menjamin validnya sebuah data, karena peneliti harus mampu mempertanggungjawabkan kebenaran data yang ada. Triangulasi data digunakan sebagai proses memantapkan derajat kepercayaan (kredibilitas/ validitas) dan konsistensi (reliabilitas) data, serta bermanfaat juga sebagai alat bantu analisis di lapangan. Pada penelitian ini teknik triangulasi yang digunakan yaitu:

### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan teknik menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai sumber memperoleh data atau dengan kata lain triangulasi sumber yang membandingkan atau mengecek ulang informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda seperti hasil wawancara, arsip maupun dokumen lainnya. Dalam triangulasi sumber yang terpenting adalah mengetahui adanya alasan-alasan terjadinya perbedaan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan triangulasi sumber yaitu membandingkan hasil wawancara dari sumber informan yang berbeda.

### 2. Triangulasi Metode

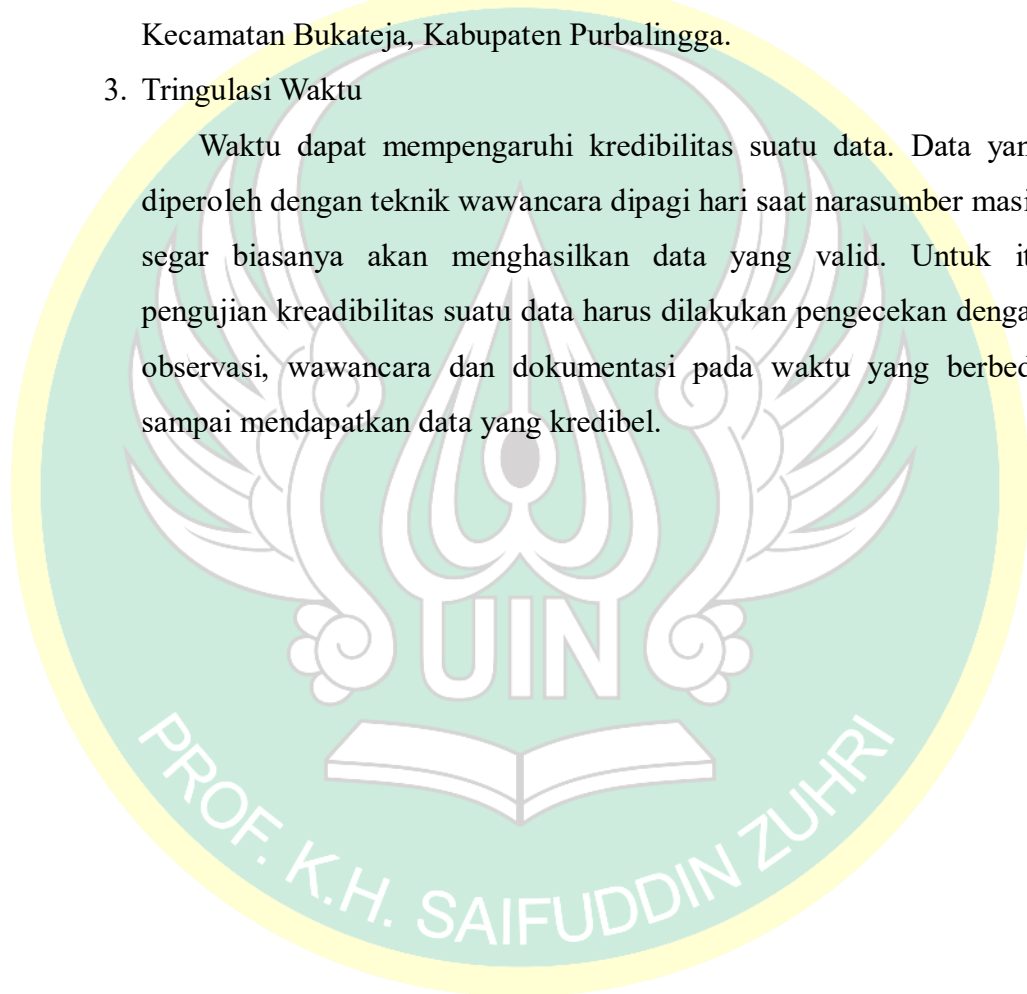
Triangulasi metode menurut Bachri dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. Triangulasi metode mencakup



penggunaan berbagai model kualitatif, jika kesimpulan setiap metode adalah sama, sehingga kebenaran ditetapkan. Sebagaimana dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, guna untuk memperoleh kebenaran atau kredibilitas hasil penelitian melakukan tringulasi metode observasi atau pengamatan terkait strategi penetapan harga jual pedagang “buket oemah.kado” dalam prespektif ekonomi islam di Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga.

### 3. Tringulasi Waktu

Waktu dapat mempengaruhi kredibilitas suatu data. Data yang diperoleh dengan teknik wawancara dipagi hari saat narasumber masih segar biasanya akan menghasilkan data yang valid. Untuk itu pengujian kreadibilitas suatu data harus dilakukan pengecekan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi pada waktu yang berbeda sampai mendapatkan data yang kredibel.



## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Desa Kutawis**

Kutawis merupakan sebuah dusun di Kecamatan Bukateja Kabupaten Purbalingga. Selain itu, Desa Kutawis merupakan rumah bagi sejumlah dusun dan kelompok, antara lain Karang Pucung, Bringkung, Munjul, Gunung, Kubang, Lebak, Mandiri, Gadog, Pandean, Brubahan, dan Munjul. Desa Kutawis di Kecamatan Bukateja dikabarkan merupakan desa yang cukup besar. Jika dilihat dari luas areal yang digunakan untuk berbagai keperluan, Desa Kutawis mempunyai luas total 322.055 Ha yang meliputi 76.400 Ha untuk pemukiman, 107.000 Ha untuk sawah, 30.239 Ha untuk kuburan, 103.600 Ha untuk pekarangan, dan 4.816 Ha untuk perkantoran.

Desa Pandansari di Kecamatan Kejobong merupakan batas utara Desa Kutawis. Desa Karanggedang, Kecamatan Bukateja, terletak di sebelah selatan. Berbatasan dengan Desa Karangnangka Kecamatan Bukateja di sebelah timur dan Desa Kebutuh di sebelah barat.

Selain letak geografisnya yang menguntungkan dan banyaknya lembaga pendidikan formal dan informal, hal ini juga sangat membantu mendorong keterlibatan masyarakat Kutawis dalam kegiatan ekonomi, khususnya perdagangan. Selain itu, Desa Kutawis memiliki beragam hasil pertanian yang dapat diolah menjadi berbagai macam barang olahan yang pada akhirnya akan memberikan manfaat dan nilai bagi masyarakat.

Di Desa Kutawis sebenarnya usaha buket masih sangat kecil. Ada dua penjual buket; yang lainnya menjual kue ulang tahun selain buket, namun buket "Oemah.Kado" adalah yang paling populer. Industri buket memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan ketika mempertimbangkan jumlah orang yang membutuhkan buket untuk *gift*.

## B. Gambaran Umum “Buket Oemah.Kado”

Buket adalah sekelompok bunga yang ditempatkan dalam desain bunga. Selain itu, terdapat beragam snack, benda yang diatur dengan estetika. Selain itu, karangan bunga biasanya diberikan kepada orang yang tersayang untuk acara-acara penting seperti ulang tahun, *engagement*, wisuda, dan *anniversary*. “Buket Oemah.kado” merupakan salah satu peluang bisnis menarik yang tercipta dari banyaknya pedagang buket yang ada.

Gambar 1.1 Toko “Buket Oemah.Kado”



"Buket Oemah. Kado" adalah toko yang menawarkan berbagai macam barang tayib, halal, dan produk *gift* buatan muslim yang komprehensif. Selanjutnya “Buket Oemah.Kado” dalam mengelola perusahaan dengan prinsip Islam. Perusahaan "Buket Oemah.Kado" didirikan pada tahun 2021 sebagai keinginan dari pedagang yang sedang mempertimbangkan cara menciptakan produk baru dan kreatif yang akan menjadi *viral* di masa kini dan masa depan. Mengenai alamat “Buket Oemah.Kado” sendiri terletak di Jl. Raya Kutawis No. 184, Dusun 1, Kutawis, Kec. Bukateja, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah. Berikut temuan wawancara dengan Ibu Lekha mengenai alasan pedagang mempertimbangkan bisnis ini:

“Karena tidak bisa dipungkiri ketika penghasilan dari seorang guru itu tetap masih kurang apalagi beliau belum PNS, beliau memikirkan jangka panjang kedepannya untuk membuka bisnis yang kiranya tidak pergi

dari rumah, dan labanya lumayan. Dari situ mulai ada ide untuk membuat bisnis buket dan peluangnya masih besar di Desa Kutawis”.

Selain itu, dari segi lokasi atau daerah sangat mendukung untuk bisnis tersebut karena masih jarang orang membuka bisnis tersebut. Selain itu, pedagang berkeinginan bisa membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat Desa Kutawis. Adapun alasan Ibu Lekha membuka bisnis buket antara lain:

“Menambah penghasilan, menggali kreativitas yang mana dalam membuat dan merancang buket tentu sebagai bentuk ekspresi kreativitas untuk menggabungkan keterampilan seni dan pikiran, dan jangka panjang bisa membuka lapangan pekerjaan di Desa Kutawis sendiri, alasan terakhir yaitu sebagai *trend* keberlanjutan”.

Usaha buket yang dijual belikan memiliki produk yang bermacam-macam seperti buket snack, buket uang, buket bunga, buket reques, buket wisuda, dan hampers wisuda. Dari jenis-jenis buket yang dijual, memiliki istimewa atau kelebihan yang berbeda dari buket lainnya. Adapun kelebihan antara lain:

“Pembeli lebih suka karena buket yang dijual gembul, rapi dan mengembang, harganya terjangkau, dan bentuk model yang bermacam-macam pada setiap lipatan yang dibuat”.

Seperti yang bisa dilihat, buket kini sudah terkenal di masyarakat luas. Setelah sebelumnya bermodal sedikit, kini “Buket Oemah.Kado” menghasilkan keuntungan yang besar. *Instagram*, *WhatsApp*, dan platform media sosial lainnya termasuk yang digunakan untuk promosi. Selain itu, "Buket Oemah.Kado" juga menjadi sponsorship di Bukateja dan sekolah lain di Kabupaten Purbalingga. Oleh karena itu, hal ini sangat mendorong meningkatnya kualitas "Buket Oemah.Kado" di kalangan pendidik dan siswa. Hal ini memiliki dampak yang signifikan terhadap penjualan, karena acara sekolah terkadang menghasilkan pesanan terbesar, sehingga meningkatkan angka penjualan.

### C. Strategi Pedagang “Buket Oemah.Kado” Dalam Menetapkan Harga Buket

Untuk menghitung margin keuntungan dari hasil penjualan, maka strategi harga yang digunakan dalam transaksi jual beli “Buket Oemah.Kado” sangatlah penting. Menetapkan harga merupakan hal yang sulit, terutama dalam hal pemasaran produk. Harga suatu produk merupakan indikator yang baik tentang kualitas yang akan diperoleh pelanggan.

Kepuasan pelanggan mempengaruhi bagaimana produk dan harga disesuaikan dengan layanan yang diberikan. Pelanggan tidak akan puas dengan apa yang diberikan jika kualitas atau harga tidak sesuai. Saat menentukan tarif, pedagang juga mempertimbangkan biaya dasar pembuatan buket untuk pelanggan di beberapa lokasi maupun di satu lokasi. Sebelum kedua belah pihak mengadakan kesepakatan atau perjanjian, dilakukan sistem tawar-menawar harga buket antara penjual dan pembeli.

Selain itu, negosiasi harga dilakukan dengan cara yang menyenangkan kedua belah pihak dan tidak membuat mereka stres. Kecuali jika pelanggan membeli buket dalam jumlah besar, dalam hal ini mereka biasanya akan menerima diskon, penjual tidak dapat menawarkan buket yang diinginkan ketika konsumen menawar dengan harga di bawah standar yang ditentukan.

Cara yang digunakan dalam menentukan harga buket “Oemah.Kado” adalah berdasarkan modal yang dibutuhkan untuk memperoleh barang tersebut, dikurangi dengan biaya-biaya yang diperlukan, kemudian ditambah dengan harga tersebut maka diperoleh keuntungan yang diinginkan, yang ditentukan melalui wawancara dengan pedagang buket. Hal ini sesuai dengan temuan wawancara peneliti dengan pedagang “Buket Oemah.Kado” Ibu Lekha:

“Untuk sistem dari saya itu berpatokan dengan modal mba, jadi modal untuk membuat buket yang diinginkan berapa dari biaya-biaya seperti upah jasa (tenaga), dan bahan baku, setelah itu ditambahkan dengan laba. Baru ditetapkan harga yang sesuai gitu mba”.

Selain itu, adanya hasil wawancara dari karyawan “Buket Oemah.Kado” tentang penetapan harga yang ditetapkan pedagang yaitu:

“Untuk harganya sendiri ya mba, menurut saya itu standar dari pada buket lainnya yang mana dari bentuknya sudah oke lah dan pastinya rapi”.





Berdasarkan hasil wawancara dari Ibu Lekha selaku pemilik bisnis “Buket Oemah.Kado” dalam penetapan harga beliau menggunakan strategi sebagai berikut:







“Ketika dalam menjual produk, harga yang digunakan yaitu harga tidak genap karena ada dari konsumen yang menawar contoh harga normal 30k dikurangi 28k ada selisih 2k, dan penjual memberi tahu harga secara detail tentang harga total”.

Pedagang “Buket Oemah.Kado” menggunakan cara penetapan harga buket yang unik satu sama lain atau tidak mempunyai patokan harga berdasarkan harga dasar atau harga tinggi. Karena belum adanya intervensi dari pemerintah, maka harga buket pada usaha “Buket Oemah.Kado” ini ditetapkan dengan mekanisme harga atau berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran dari pelanggan. Peneliti menerapkan teori strategi harga dalam hal ini, dimana pada pedagang buket “Oemah.Kado” menentukan harga berdasarkan modal. Selain itu, pedagang juga menggunakan strategi penetapan harga yang melibatkan perbandingan harga dengan sejumlah pedagang lain dan melihat modal ditambah biaya lain untuk memperoleh keuntungan 40%.







Adapun jenis-jenis buket yang ada di toko “Buket Oemah. Kado” sangat bermacam-macam. Pada tabel di bawah ini peneliti mengambil beberapa jenis buket yang ada di toko “Buket Oemah.Kado”.


**Tabel 1.2**  
**Daftar jenis-jenis harga buket yang diperjualbelikan**  
**di Toko “Buket Oemah. Kado”**







No	Jenis- Jenis Buket	Foto	Harga bahan baku + tenaga	Keuntungan	Harga jual
1.	Buket <i>Snack</i> Kecil		Rp. 11.000,-	Rp. 9.000,-	Rp. 20.000,-
2.	Buket <i>Snack</i> Sedang		Rp. 25.000,-	Rp.15.000,-	Rp. 40.000,-
3.	Buket <i>Snack</i> Besar		Rp. 65.000,-	Rp. 35.000,-	Rp. 100.000,-
4.	Buket Hijab		Rp. 35.000,-	Rp. 15.000,-	Rp. 50.000,-

5.	Buket bunga <i>artificial</i> 1 tangkai		Rp. 5.000,-	Rp. 5.000,-	Rp. 10.000,-
6.	Buket bunga <i>artificial</i> 3 tangkai		Rp. 20.000,-	Rp. 15.000,-	Rp. 35.000,-
7.	Buket bunga <i>artificial</i> 5 tangkai		Rp. 30.000,-	Rp. 20.000,-	Rp. 50.000,-
8.	Buket bunga <i>artificial</i> 6 tangkai		Rp. 45.000,-	Rp. 25.000,-	Rp. 70.000,-
9.	Buket bunga <i>artificial</i>		Rp. 150.000,-	Rp. 50.000,-	Rp. 200.000,-
10.	Buket coklat boneka		Rp. 110.000,-	Rp. 40.000,-	Rp. 150.000,-



11.	Buket boneka wisuda		Rp. 100.000,-	Rp. 30.000,-	Rp. 130.000,-
12.	Buket Cokelat		Rp. 100.000,-	Rp. 40.000,-	Rp. 140.000,-
13.	Buket Korean Look		Rp. 150.000,-	Rp. 50.000,-	Rp. 200.000,-
14.	Buket foto polaroid		Rp. 80.000,-	Rp. 50.000,-	Rp. 130.000,-
15.	Hampers bayi		Rp. 60.000,-	Rp. 20.000,-	Rp. 80.000,-
16.	Snack Tower		Rp.70.000	Rp. 30.000,-	Rp. 100.000,-

17.	Buket uang 5 ribu (50 ribu)		Rp. 70.000,-	Rp. 30.000,-	Rp. 100.000,-
18.	Buket uang 20 ribu ( 200 ribu)		Rp. 240.000,-	Rp. 30.000,-	Rp. 270.000,-
19.	Buket uang 10 ribu (150 ribu)		Rp. 185.000,-	Rp. 40.000,-	Rp. 225.000,-
20.	Buket uang 10 ribu( 100 ribu)		Rp. 120.000,-	Rp. 30.000,-	Rp. 150.000,-
21.	Buket uang 50 ribu ( 500 ribu)		Rp. 520.000,-	Rp. 30.000,-	Rp. 550.000,-
22.	Buket uang 20 ribu (100 ribu)		Rp.110.000,-	Rp. 15.000,-	Rp. 125.000,-

23.	Buket uang 50 ribu (1 juta)		Rp. 1.070.000,-	Rp. 60.000,-	Rp. 1.130.000,- -
24.	Buket Coffe		Rp. 25.000,-	Rp. 15.000,-	Rp. 40.000,-
25.	Buket Coffe + rokok		Rp. 110.000,-	Rp. 30.000,-	Rp. 140.000,-
26.	Buket rokok		Rp. 370.000,-	Rp. 80.000,-	Rp. 450.000,-
27.	Buket susu + Coffe		Rp. 50.000,-	Rp. 20.000,-	Rp. 70.000,-
28.	Hampers		Rp. 45.000,-	Rp. 15.000,-	Rp. 60.000,-

Sumber: data primer ( wawancara langsung dengan Ibu Lekha selaku *owner* “Buket Oemah.Kado” pada bulan maret 2024).

Adapun Hasil wawancara pedagang terkait penetapan harga “buket oemah.kado” sebagai berikut :

“Untuk buket snack kecil dengan modal (bahan baku + tenaga) sekian Rp. 11.000,- dan ditambahkan dengan keuntungan Rp.9.000,- maka ditetapkan harga Rp. 20.000,- per item buket kecil. Itu cara saya menetapkan harga jualnya mba.”

“Untuk penetapan harga yang saya lakukan pada setiap buket sama mba, kecuali untuk buket uang dimana saya memberikan pilihan terlebih dahulu kepada pembeli terkait uang yang digunakn mau dari sendiri atau dari saya (pinjam), untuk satu lembar uang ditarif Rp.5.000,- nanti ditotalkan semua mba”.

Adapun untuk buket uang beliau tidak menjual uang tersebut; sebaliknya, dia mengenakan tarif Rp. 5.000 untuk bahan dan tenaga kerja yang dibutuhkan untuk membuat rangkaian buket uang. Biasanya, pembeli menyediakan dana untuk buket tersebut secara tunai atau melalui transfer; pembeli juga dapat meminjam dana dari penjual sebelumnya. Para ulama menyatakan bahwa hal ini diperbolehkan dalam kasus buket uang karena di dalamnya terdapat perjanjian sewa jasa, dimana pembeli dan penjual buket uang melakukan transaksi buket uang dengan pola perjanjian sewa jasa (ijarah). Contoh berikut ini menggambarkan cara menentukan apakah kontrak transaksi sewa jasa buket uang dapat diterima:

“Pembeli memberikan kepada penjual buket uang sebesar Rp500.000,00 untuk membuat buket sesuai model dan bentuk yang sukainya. Selanjutnya, karena rumitnya tugas, pedagang tersebut mengenakan biaya sebesar Rp550.000 ribu rupiah untuk jasa pembuatan buket. Oleh karena itu, pedaganglah yang menentukan harganya. memperhitungkan kompleksitas buket itu.

Keuntungan diperoleh dari seluruh biaya yang terkait dengan bahan baku dan jasa produksi, seperti yang ditunjukkan pada contoh di atas, yang

dibayarkan berdasarkan kinerja. Alasan-alasan Al-Qur'an dan hadis yang mendukung adanya upah atas kinerja adalah sebagai berikut:

فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَارْتُدُّهُنَّ أَجُورَهُنَّ

Artinya: "... Jika mereka menyusukan (anak-anak) mu untukmu maka berikanlah kepada mereka upahnya..." (Q.S. Al Thalaq: 6)

Mengenai penafsiran ayat Q.S. Al-Thalaq: 6, menunjuk pada pekerjaan memberikan imbalan yang tidak setara atas pengasuhan anak orang lain (ujroh). Selain itu, riwayat Ibnu Majah memuat hadits sebagai berikut:

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْفُهُ

"Berikan kepada seorang pekerja upahnya sebelum keringatnya kering." (HR. Ibnu Majah).

Hadits Ibnu Majah menyampaikan gagasan bahwa hak-hak pekerja harus segera dilaksanakan setelah selesai. Demikian pula, karena penjual mengubah uang tersebut menjadi hadiah yang indah dan menawan, maka uang yang digunakan untuk membeli karangan bunga sama sekali tidak bertentangan dengan hukum Islam. Oleh karena itu, uang tambahan yang dijual pembeli tidak berlebihan; sebaliknya, ini mewakili gaji yang telah mereka bayarkan untuk tenaga kerja dan aksesoris lain yang diperlukan untuk membuat pesanan buket tampak indah

Ada yang berpendapat bahwa penggunaan uang kertas berbentuk buket sesuai dengan hukum Islam, mengingat uang tersebut tidak ditukar atau diperoleh dengan cara lain dan penjual hanya dibayar untuk karya seni tersebut. Oleh karena itu, pemesanan buket merupakan suatu perjanjian sewa jasa, bukan perjanjian jual beli menurut kaidah fiqh sebagai berikut:

العبرة في العقود بالمقاصد والمعاني لا بالألفاظ والمباني

"Yang dijadikan pegangan dalam akad adalah maksud dan maknanya, bukan lafazh dan susunan redaksinya".

Oleh karena itu, apabila kalimat-kalimat tersebut diucapkan dengan lafazh yang tidak ambigu, maka hukum yang diperoleh adalah sesuai dengan lafazh

yang dinyatakan para pihak dalam akad lisan. Namun demikian, apabila bahasa yang digunakan dalam kontrak tidak sesuai dengan maksud atau niat salah satu pihak, maka sisa makna yang dapat dialihkan harus dianggap sebagai kontrak (Azhari, 2015).

Oleh karena itu, suatu akad yang menyangkut pengalihan barang dengan anggapan bahwa harga barang itu akan dibayar, dianggap sebagai akad jual beli berdasarkan maksud dan pengertiannya. Sesuai aturan, para pihak yang berkepentingan menyatakan bahwa kesepakatan terbaru ini adalah perjanjian jual beli dan bukan perjanjian hibah seperti yang diinginkan Lafazd:

الأمور بمقاصدها

“Segala perkara tergantung dengan maksudnya”.

Meskipun frasa dalam hal ini dapat menunjukkan maksud para pihak, urutan kontrak penting tidak terpengaruh oleh hal ini. Pentingnya niat sebagaimana diuraikan dalam standar fundamental tidak berlaku dalam kasus transaksi material. Bentuk luar kontrak itu sendirilah yang penting (Azhari, 2015). Akibatnya pada bagian niat, kasus akad yang signifikan menjadi pengecualian (istitsna').

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dari Ara pembeli “Buket Oemah.Kado” tentang penetapan harga yang ditetapkan:

“Menurut saya harga yang ditetapkan standar mba bagi saya sendiri, karena kalau harganya mahal tapi kualitasnya bagus bagi saya sendiri tidak masalah mba. Terkadang kan ada ya mba, pedagang buket yang menetapkan harga murah dan mahal tapi kualitas yang diberikan itu kurang”.

Hasil wawancara dari Lisa pembeli “Buket Oemah.Kado” tentang penetapan harga yang ditetapkan:

“Harga yang ditetapkan di “Buket Oemah.Kado” sendiri menurut saya ya mba, agak mahal ya mba ketimbang dari pedagang buket lainnya, tetapi saya suka dari bentuk buketnya yang gembul, rapi dan segi pelayanan ramah orangnya mba, jadi saya suka meskipun harganya agak mahal ya bagi saya tidak apa-apa mba”.

Hasil wawancara dari Ibu Yanti pembeli “Buket Oemah.Kado” tentang penetapan harga yang ditetapkan:

“Harga buket di “Oemah.Kado” sendiri bagi saya ya standar mba”.

Hasil wawancara dari Ibu Santi pembeli “Buket Oemah.Kado” tentang penetapan harga yang ditetapkan:

“Untuk harga buket yang dikasih menurut saya agak mahal ya mba, tapi kalau kualitas yang diberikan itu bagus mba. Jadi buat saya pun tidak masalah”.

Berdasarkan hasil wawancara dari Athiya pembeli “Buket Oemah.Kado” tentang penetapan harga yang ditetapkan:

“Menurut saya mba, kalau dari segi penetapan harga yang diberikan oleh pedagang itu kan dari semua total keseluruhan dalam proses pembuatan buket. Kalau menurut saya untuk harga buket dengan kualitas bagus di “Buket Oemah.Kado” itu standar mba”.

Hasil wawancara dari Bu Muna pembeli “Buket Oemah.Kado” tentang penetapan harga:

“Untuk harga buket di “Oemah.Kado” sendiri bagi saya itu standar tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah, apalagi buket yang diperjualbelikan itu bentuknya rapi, bagus dan gembul. Membuat saya yang beli itu tidak sia-sia mba”.

#### **D. Strategi Pedagang “Buket Oemah.Kado” Dalam Menetapkan Harga Jual Menurut Prespektif Ekonomi Islam**

Tujuan ekonomi Islam adalah mewujudkan perdamaian universal. Prinsip dan keyakinan Islam berlaku untuk semua makhluk hidup di planet ini, tidak hanya umat Islam. Baik pembeli maupun penjual akan mendapatkan keuntungan dari sektor bisnis Islam. Menjalankan suatu bisnis harus berpegang pada nilai-nilai Islam, khususnya yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits. Harga mempunyai dampak yang signifikan terhadap perekonomian, khususnya pada sektor pemasaran. Alasannya adalah bahwa penetapan harga mempengaruhi kapasitas perusahaan untuk tetap beroperasi. Transaksi hanya dapat dilakukan dengan persetujuan kedua belah pihak. Ijab dan qabul memberikan rincian mengenai saling pengertian antara kedua belah pihak (Warsito Chandra, 2021).

Pemikiran ilmuwan muslim tentang bagaimana menentukan harga dari sudut pandang ekonomi Islam menjadi landasan ekonomi Islam. Ibnu Taimiyah menarik perhatian pada salah satunya. Ia berpendapat bahwa aktivitas tidak etis yang dilakukan oleh banyak orang dalam suatu transaksi tidak selalu mengakibatkan perubahan harga. Penurunan jumlah barang yang diminta, inefisiensi produksi yang menyebabkan penurunan pasokan, atau tekanan dari pasar merupakan beberapa kemungkinan penyebab terjadinya hal ini. Oleh karena itu, jika penawaran berkurang tetapi permintaan meningkat, maka harga suatu komoditas akan naik. Namun penyebab kelebihan dan kelangkaan sesuatu terletak pada adil atau tidaknya suatu tindakan (Adiwarman A. Karim, 2007).

Dalam perspektif Islam, harga yang wajar sangat penting untuk menjaga keseimbangan antara penawaran dan permintaan, sehingga tidak ada orang yang merasa terpaksa untuk terlibat dalam pertukaran harga. Q.S. An-Nisa: 29 memuat landasan hukum Islam sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits. Hal ini mencakup undang-undang yang mengatur penetapan harga.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ

اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Ayat ini menjelaskan bahwa meskipun perdagangan secara umum didukung oleh Islam, selama semua pihak sepakat, Islam juga memberikan alternatif selain perdagangan. Untuk menghentikan pedagang dan pembeli menggunakan paksaan. Untuk melindungi konsumen dari eksploitasi dan meningkatkan itikad baik di antara mereka, kesepakatan antara pembeli dan penjual harus ada, dan didasarkan pada nilai-nilai Islam.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lekha mengenai penetapan harga yang wajar, beliau hanya memperhatikan harga buket yang ada dipasaran dan sesuai dengan kualitas produk. Hal ini sesuai dengan apa yang ditemukan pada hasil wawancara dengan Ibu Lekha:

“Dalam penetapan harga saya bersikap adil mba. Harga yang saya kasih sudah menyangkut bahan baku, dan jasa pembuatan dan pengiriman. Dan sudah sesuai dengan kualitas dari produk buket yang dipesan”.



Selain harga yang mereka tetapkan sendiri, Islam berpendapat bahwa pedagang juga harus menetapkan harga yang adil. Ibnu Taymiyah, seorang pemikir Muslim, memiliki ketertarikan khusus pada penetapan harga yang adil. Ia sering menggunakan istilah "penetapan harga yang sama" (tsaman al-mitsl) dan "upah yang sama" (iwadh al-mitsl). Menurutnya, “Kesetaraan akan digunakan untuk mengukur dan memperkirakan kompensasi, dan inilah hakikat keadilan (nafs al-'adl).” Prinsip dasar ajaran Islam adalah bahwa harga ditentukan oleh interaksi penawaran dan permintaan. Secara umum, pembeli dan penjual menerima satu sama lain.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti pada pedagang buket di toko “Buket Oemah.Kado”. Mengenai metode penetapan harga yang dilakukan pedagang buket dari sudut pandang ekonomi Islam. Telah diketahui dengan baik bahwa mekanisme harga saja, yang tidak tergantung pada pemerintah, yang menentukan harga standar untuk penetapan harga buket. Menurut doktrin ekonomi Islam, pemerintah tidak berhak ikut campur dalam penetapan harga pasar. Peran pemerintah hanya sebatas pengawasan dan pengelolaan mekanisme penetapan harga untuk mencegah ketidakadilan dan pihak-pihak yang dirugikan. Empat indikasi, sebagaimana ditafsirkan oleh Sabran dari Kotler dan Armstrong, menggambarkan penetapan harga ini adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Para pedagang buket memilih sendiri harga barangnya sesuai dengan kualitas barang yang diproduksinya. Pelanggan sering kali menggunakan harga untuk menentukan kualitas suatu produk; Jika mereka melihat adanya perbedaan kualitas, mereka akan sering memilih produk dengan harga lebih tinggi. Masyarakat akan lebih percaya bahwa suatu barang memiliki kualitas yang unggul jika diberikan dengan harga yang lebih tinggi.

Seperti yang dikemukakan pembeli buket ditoko “Buket Oemah.Kado”, dinyatakan agar bisnis berhasil dalam jangka panjang dan tidak

mengecewakan konsumen, produk seperti buket ini harus berkualitas tinggi dan diberi harga.

Hasil wawancara dengan pembeli buket di toko “Buket Oemah.Kado” tentang kualitas buket sebagai berikut :

“Untuk kualitas buket yang dijual disana menurut saya bagus , rapi, dan gembul buketnya”.

Selain itu, para pedagang senantiasa memperbaharui barangnya dan mengikuti *trend* terkini demi menjaga kualitas barangnya sehingga menarik bagi masyarakat umum, khususnya kaum muda. Karena akan terjadi peningkatan omzet penjualan bila kebutuhan pelanggan dipahami dengan mempertimbangkan kemajuan terkini.

## 2. Keterjangkauan harga

Pelanggan mampu membayar harga yang dikenakan pedagang untuk barang mereka. Pelanggan pasti akan mempertimbangkan harga yang memadai saat melakukan pembelian. Pedagang buket mengenakan biaya yang bervariasi berdasarkan jenis dan kualitas buket.

Berdasarkan skema harga yang ditetapkan oleh pedagang, pedagang buket di toko "Buket Oemah.Kado" memiliki harga yang sangat wajar, dan terdapat penghematan jika membeli buket dalam jumlah besar. Dengan demikian, pelanggan terhindar dari tawar-menawar harga buket dan khawatir ditipu oleh pedagang yang mengenakan harga selangit untuk produk di bawah standar. karena pedagang memberikan diskon kepada pelanggan.

## 3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Keunggulan produk harus sesuai dengan harga yang bersedia dikenakan oleh pedagang untuk produk tersebut. Jika suatu produk memiliki keunggulan yang tinggi dengan harga yang tinggi, itu merupakan hal yang positif. Keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh seberapa cocok harga dan keunggulannya. jika nilai manfaat yang dirasakan melebihi atau setara dengan biaya untuk memperolehnya. Pelanggan

biasanya akan mempertimbangkan kembali untuk melakukan pembelian jika mereka yakin produk yang mereka pilih tidak sebanding dengan uang yang mereka bayarkan.

#### 4. Daya saing harga

Selain itu, pedagang juga perlu menyadari bahwa harga yang ditawarkan sangat bersaing dengan kompetitornya. Produknya tidak akan terlalu kompetitif bahkan bisa merugikan salah satu pihak jika harga yang dipatok terlalu tinggi dibandingkan dengan penjual buket lainnya.

Secara umum, pedagang mendapatkan keuntungan dari persaingan karena memungkinkan mereka menilai operasi perdagangan mereka dengan membandingkan operasi perdagangan mereka dengan pesaing mereka, sehingga mengidentifikasi area kekuatan dan kelemahan.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Strategi penetapan harga buket yang dilakukan pedagang buket toko “Buket Oemah.Kado” ini berbeda antara satu dengan lainnya atau tidak memiliki standar harga yang berpatokan terhadap harga tinggi maupun harga dasar. Karena harga buket yang ada ditoko “Buket Oemah.Kado” telah ditetapkan melalui mekanisme harga atau berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran dari pembeli, tanpa ada campur tangan pemerintah didalamnya. Dalam hal ini, peneliti mengkaitkan teori strategi penetapan harga yang mana pedagang buket “Oemah.Kado” menetapkan harganya sesuai dengan modal. Selain itu, strategi penetapan harga yang dilakukan pedagang adalah dengan membandingkan harga dengan beberapa pedagang lainnya dan strategi yang dilakukan pedagang dengan melihat modal ditambahkan dengan biaya lainnya dan mengambil keuntungan sebesar 40%.
2. Strategi pedagang “Buket Oemah.Kado” Dalam Menetapkan Harga Jual Menurut Prespektif Ekonomi Islam yaitu penetapan harga buket telah memiliki standar harga yang ditetapkan oleh mekanisme harga itu sendiri tanpa adanya keterlibatan pemerintah di dalamnya. Hal ini dikarenakan dalam penetapan harga para pedagang buket menggunakan nilai keadilan dengan menetapkan harga yang wajar dan tidak mengambil keuntungan yang besar, beliau hanya menetapkan harga sesuai dengan pesana yang diminta dan dalam proses pembuatan buket.

## B. Saran

### 1. Bagi pedagang

Kepada pedagang “Buket Oemah.Kado” yang diharapkan untuk tetap mempertahankan harga buket yang mereka jual agar sesuai dengan ajaran Islam dan tidak membebani pembeli dengan harga yang tinggi.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan lebih baik, fokus dalam mencari data terkait kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada keadaan pedagang mengenai penetapan harga.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Adiwarman A. Karim. (2007). *Ekonomi Mikro Islam*. PT Raja Grafindo Persada.
- Adiwarman A. Karim. (2010). *Ekonomi Mikro Islam*. PT Raja Grafindo Persada.
- Adiwarman A. Karim. (2010). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. PT Raja Grafindo Persada.
- Azhari, F. (2015). *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah*.
- Aziz, Abdul. (2008). *Ekonomi Islam: Analisis Mikro dan Makro*. Graha Ilmu.
- Buchari Alma. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Danang Sunyoto. (2013). *Ekonomi Manajerial (1–2013)*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Deky Anwar. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Noer Fikri Offset.
- Fandy Tjiptono. (2013). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Hutauruk, F. N. (2023). *Teori Produksi Dalam Perspektif Islam*. 1 no 3 Agustus, 17–34.
- Kasmir. (2014). *Kewirauhaan (1–2014)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2007). *Kewirausahaan (1–2007)*. PT. Rajawali Pers.
- Krismiaji dan Aryani A.Y. (2011). *Akuntansi Manajemen, Edisi 2*. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Laurenfia Verina Halim. (2000). *Model Dalam Strategi Penetapan Harga*. 9(1), 30-43.
- Masumah, S. (2019). Pola Investasi Tenaga Kerja Wanita Indonesia Di Desa Sikanco Kecamatan Nusawungu Kabupaten Cilacap. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 103–128. <https://doi.org/10.24090/Ej.V7i1.3449>
- Maharani Vinci. (2009). *Manajemen Bisnis Eceran*. Sinar Baru Algesindo.
- Mahfoedz Mahmud. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern*. Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Manullang. (2016). *Manajemen Strategi*. Perdana Publishing.

- Mekarrisce,A.A. (2020). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat*. 150.
- Mustafa E. Nasution. (2006). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Kencana Prenada Media Group.
- Nilasari, Senja. (2014). *Manajemen Strategi Itu Gamp* (Dunia Cerdas).
- Nuryadin, Muhammad, Birusman. (2007). *Harga Dalam Perspektif Islam*. IV, No 1.
- Ritonga, Z. (2020). *Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*. CV. Budi Utama.
- Rivai, Veithzal, dan Andi Buchari. (2009). *Islamic Economic*. Bumi Aksara.
- Satori, Djam'an, dan Aan Komariah. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (1–2013). Alfabeta.
- Slamet Akhmedi. (2016). Prinsip—Prinsip fundamental ekonomi Islam. *El-Jizya :Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 97–118.
- Sopiah. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*. CV. Andi Offset.
- Srisusilawati, P., Fitria, A., Eriska, S., Sumarwan, T. D. N., & Juniar, N. (2021). Analisis Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/2002 Tentang Pelelangan Barang di Pegadaian Syariah. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 127–134. <https://doi.org/10.24090/ej.v9i2.4852>
- Sriyadi. (2010). *Bisnis Pengantar Ilmu Perusahaan Modern*. Raja Grafindo Persada.
- Strategi Penetapan Harga Atk Cv. Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Eprint Uin Raden Fatah Palembang. Retrieved November 25, 2023, From <Http://Eprints.Radenfatah.Ac.Id/1367/>
- Sugiarto. (2000). *Ekonomi Mikro*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sunyoto, Danang. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Center Of Academic Publising Service.
- Suryana, Y. (2011). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahaan Sukses*. Kencana.

Tajidan, T., Fernandez, F. E., & Halil, H. (2023). Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada Umkm Tahu Di Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Agrimansion*, 24(1), 230–235.

Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. ANDI.

Yusuf Qardhawi. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani.

Zimmerer, T. (2009). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat.

Warsito, Chandra. (2021). *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islam*. STAIN Press.







Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Lampiran 1.1

Pedoman Wawancara *Owner* “Buket Oemah.Kado”

Identitas Informan

Nama : Ibu Solekhatun Salamah

Waktu Wawancara : Desember 2023 – Maret 2024

Pertanyaan :

1. Bagaimana sejarah berdirinya “Buket Oemah.Kado”?
2. Buket apa saja yang diproduksi untuk dijual?
3. Berapa lama “Buket Oemah.Kado” beroperasi?
4. Alasan apa yang membuat *owner* tertarik membuka usaha buket?
5. Apa saja kelebihan dan keistimewaan dari masing-masing buket yang diproduksi dari yang lain?
6. Mengapa buket menjadi peluang usaha bisnis yang terkenal oleh *owner*?
7. Bagaimana sistem yang digunakan ibu dalam penetapan harga buket?
8. Strategi apa yang dilakukan ibu dalam menetapkan harga buket?
9. Apakah dalam strategi penetapan harga buket menjadikan solusi bagi para pedagang dalam menjalankan usahanya tetap bertahan?
10. Tujuan apa yang dilakukan dalam penetapan harga pada “Buket Oemah.Kado”?
11. Dampak apa yang terjadi apabila pedagang tidak melakukan penetapan harga buket sesuai dengan kondisi harga yang beredar?
12. Apakah harga buket yang ditetapkan ibu terjangkau untuk semua golongan?
13. Apakah kualitas buket yang ditawarkan oleh ibu sesuai dengan harga yang ditetapkan?
14. Apakah diskon untuk harga buket yang ditawarkan ibu itu menarik minat pembeli?
15. Menurut ibu apakah harga buket yang ditawarkan ibu sudah adil?
16. Berapa persen ibu mengambil keuntungan?

## Lampiran 1.2

### Pedoman Wawancara Karyawan “Buket Oemah.Kado”

#### Identitas Informan

Nama : Ibu Wati

Waktu Wawancara : Maret 2024

1. Apa alasan ibu tentang “Buket Oemah.Kado”?
2. Bagaimana suka duka sebagai karyawan di toko “Buket Oemah.Kado”?
3. Berapa gaji yang diterima ibu?
4. Sudah berapa lama ibu bekerja?
5. Bagaimana sistem penetapan harga buket yang dilakukan oleh pedagang?
6. Menurut ibu apakah harga buket yang diberikan oleh pedagang sudah adil?
7. Apakah terdapat diskon yang diberikan di toko “Buket Oemah.Kado”?
8. Menurut ibu harga yang ditetapkan “Buket Oemah.Kado” terjangkau untuk semua golongan?
9. Apa yang menjadi kelebihan dari “Buket Oemah.Kado”?
10. Apakah kualitas buket yang ditawarkan sesuai dengan harga buket yang ditetapkan?



UIN  
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

### Lampiran 1.3

#### Pedoman Wawancara Pembeli “Buket Oemah.Kado”

1. Sudah berapa kali saudara membeli “Buket Oemah.Kado”?
2. Pendapat saudara tentang “Buket Oemah.Kado”?
3. Menurut saudara bagaimana pelayanan yang diberikan di toko “Buket Oemah.Kado”?
4. Apakah ada diskon yang diberikan pedagang?
5. Bagaimana kualitas buket yang di jual di toko “Buket Oemah.Kado”?
6. Bagaimana menurut saudara tentang penetapan harga buket yang diberikan pedagang?



Lampiran 2 : Hasil Wawancara

Nama : Ibu Solekhatun Salamah (*Owner* “Buket Oemah.Kado”)

Waktu Wawancara : Desember 2023 – Maret 2024

1. Bagaimana sejarah berdirinya “Buket Oemah.Kado”?

Ibu Lekha : “Berawal dari tahun 2021 *owner* memikirkan kira-kira apa yang dapat menghasilkan sesuatu yang baru untuk tambahan penghasilan, karena tidak bisa dipungkiri penghasilan dari seorang guru itu tetap masih kurang apalagi beliau belum PNS, beliau memikirkan jangka panjang kedepannya untuk membuka bisnis yang kiranya tidak pergi dari rumah, dan labanya lumayan. Dari situ mulai ada ide untuk membuat bisnis buket dan peluangnya masih besar di Desa Kutawis.”

2. Buket apa saja yang diproduksi untuk dijual?

Ibu Lekha : “Buket snack, buket uang, buket bunga, buket wisuda, dan hampers wisuda.”

3. Berapa lama “Buket Oemah.Kado” beroperasi?

Ibu Lekha : “Sejak tahun 2021-sekarang.”

4. Alasan apa yang membuat *owner* tertarik membuka usaha buket?

Ibu Lekha : “Menambah penghasilan, menggali kreativitas, dan untuk jangka panjang bisa membuka lapangan pekerjaan di Desa Kutawis sendiri.”

5. Apa saja kelebihan dan keistimewaan dari masing-masing buket yang diproduksi dari yang lain?

Ibu Lekha : “Pembeli lebih suka karena buket yang dijual gembul, rapi dan mengembang, harganya terjangkau, dan bentuk model yang bermacam-macam pada lipatan yang dibuat.”

6. Mengapa buket menjadi peluang usaha bisnis yang terkenal menurut *owner*?

Ibu Lekha : “Karena di desa kutawis sendiri banyak sekolah dan masih jarang pedagang buket di sana.”

7. Bagaimana sistem yang digunakan ibu dalam penetapan harga buket?

Ibu Lekha : “Sistem yang saya pakai dalam penetapan harga yaitu total biaya bahan baku + jasa + *margin*.”

8. Strategi apa yang dilakukan ibu dalam menetapkan harga buket?

Ibu Lekha : “Saya melakukan strategi dengan menjual harga dengan menggunakan harga tidak ganjil karena ada dari konsumen yang menawar contoh harga normal 30k dikurangi 28k ada selisih 2k, dan penjual memberi tahu harga secara detail tentang harga total.”

9. Apakah dalam strategi penetapan harga buket menjadikan solusi bagi para pedagang dalam menjalankan usahanya tetap bertahan?

Ibu Lekha : “Jelas mba, dengan adanya strategi penetapan harga, keuntungan kami jelas dan terarah mba, tidak acak-acakan.”

10. Tujuan apa yang dilakukan dalam penetapan harga pada “Buket Oemah.Kado”?

Ibu Lekha : “Agar harganya jelas, selain itu untuk perhitungan labanya jelas dari modal tersebut.”

11. Dampak apa yang terjadi apabila pedagang tidak melakukan penetapan harga buket sesuai dengan kondisi harga yang beredar?

Ibu Lekha : “Pendapatan akan menurun dan kehilangan para pelanggan mba.”

12. Apakah harga buket yang ditetapkan ibu terjangkau untuk semua golongan?

Ibu Lekha : “Tidak mba, kalau golongan tingkat bawah akan bilang lumayan mahal, tapi kalau golongan menengah dan atas akan bilang harga yang ditetapkan standar dari buket lainnya.”

13. Apakah kualitas buket yang ditawarkan oleh ibu sesuai dengan harga yang ditetapkan?

Ibu Lekha : “Tentunya mba, karena jika kualitas buket bagus pembeli akan lebih sering membeli di “Buket Oemah.Kado” sendiri mba, tapi jika kualitas buket yang diberikan kurang bagus pembeli akan hanya sekali saja membeli di toko tersebut mba.”

14. Apakah diskon untuk harga buket yang ditawarkan ibu itu menarik minat pembeli?

Ibu Lekha : “Tentunya, yang akan berdampak pada ramainya toko sehingga pendapatan akan meningkat.”

15. Menurut ibu apakah harga buket yang ditawarkan ibu sudah adil bagi semua orang?

Ibu Lekha : “Adil mba, termasuk bagi produsen menurut saya adil. Karena harga segitu bisa ditambahkan harganya oleh reseller jadi artinya tidak mahal-mahal amat dalam penetapan harga nya.”

16. Berapa persen ibu mengambil keuntungan?

Ibu Lekha : “Saya mengambil keuntungan 40% mba”

Identitas Informan

Nama : Ibu Wati (Karyawan “Buket Oemah.Kado”)

Waktu Wawancara : Maret 2024

1. Apa alasan ibu tentang “Buket Oemah.Kado”?

Ibu Wati : “Bagi saya “Buket Oemah.Kado” itu sebagai sumber rezeki

bagi saya yang hanya sebagai Ibu Rumah Tangga dan mampu untuk menghasilkan rezeki tambahan untuk membantu suami dirumah.”

2. Bagaimana suka duka sebagai karyawan di toko “Buket Oemah.Kado”?

Ibu Wati : “Untuk suka dukanya pasti banyakan suka si mba. Sukanya ketika *orderan* banyak, pemilik “Buket Oemah.Kado” itu ramah, dan baik. Untuk dukanya terkadang dari pembeli membatalkan pesanan yang sudah dibuat.”

3. Berapa gaji yang diterima ibu?

Ibu Wati : “Untuk gaji sendirinya ya mba, ya Alhamdulillah bisa untuk membantu perekonomian keluarga mba. Karena saya bukan karyawan tetap yang mana saya bekerja di sana itu ketika “Buket Oemah.Kado” banyak *orderan* saja mba. Dan biasanya ketika ada acara hajatan, acara sekolah atau perindividu yang memesan banyak”.

4. Sudah berapa lama ibu bekerja?

Ibu Wati : “Lumayan mba.”

5. Bagaimana sistem penetapan harga buket yang dilakukan oleh pedagang?

Ibu Wati : “Untuk harganya sendiri ya mba, menurut saya itu standar dari pada buket lainnya yang mana dari bentuknya sudah oke lah dan pastinya rapi”.

6. Menurut ibu apakah harga buket yang diberikan oleh pedagang sudah adil?

Ibu Wati : “Insyaallah adil mba.”

7. Apakah terdapat diskon yang diberikan di toko “Buket Oemah.Kado”?

Ibu Wati : “Ada mba, kalau ada hari nasional seperti hari guru, hari ibu dll, pasti ada promo dan diskon mba.”

8. Menurut ibu harga yang ditetapkan “Buket Oemah.Kado” terjangkau untuk semua golongan?

Ibu Wati : “Iya mba.”

9. Apa yang menjadi kelebihan dari “Buket Oemah.Kado”?

Ibu Wati : “Untuk kelebihanannya ya mba, dari segi model pasti beda-beda, adanya motif khas tersendiri, buketnya itu gembul dan rapi, fasilitas pelayanan oke mba.”

10. Apakah kualitas buket yang ditawarkan sesuai dengan harga yang ditetapkan?



Ibu Wati : “Iya mba.”

#### Identitas Informan

Nama : Ara (Pembeli)

Waktu Wawancara : Februari 2024

1. Sudah berapa kali saudara membeli “Buket Oemah.Kado”?

Ara : “Kurang lebih 7 kali mba.”

2. Pendapat saudara tentang “Buket Oemah.Kado”?

Ara : “Buket Oemah.Kado toko gift yang bagus di Kutawis.”

3. Menurut saudara bagaimana pelayanan yang diberikan di toko “Buket Oemah.Kado”?

Ara : “Dari segi pelayanan yang diberikan dibuket “Oemah.Kado” sangat ramah dan baik. Ketika membeli secara online pedagang dengan cepat dan ramah dalam menjawab respon dari kami. Meskipun ya mba terkadang saya sendiri hanya tanya-tanya dulu untuk harganya, dan terkadang saya tidak membeli buketnya. Tapi pelayanan yang diberikan sangatlah baik dan ramah.”

4. Apakah ada diskon yang diberikan pedagang?

Ara : “Ada mba, kadang kalau beli banyak dikasih potongan harga mba.”

5. Bagaimana kualitas buket yang di jual di toko “Buket Oemah.Kado”?

Ara : “Iya mba, dari jenis buket yang biasa saya pesan itu kualitas yang diberikan sesuai dan harganya pun menurut saya standar, dan buketnya pun sangat bagus”.

6. Bagaimana menurut saudara tentang penetapan harga buket yang diberikan pedagang?

Ara : “Menurut saya harga yang ditetapkan standar mba bagi saya sendiri, karena kalau harganya mahal tapi kualitasnya bagus bagi saya sendiri tidak masalah mba. Terkadang kan ada ya mba, pedagang buket yang menetapkan harga murah dan mahal tapi kualitas yang diberikan itu kurang.”

#### Identitas Informan

Nama : Athiya (Pembeli)

Waktu Wawancara : Februari 2024

1. Sudah berapa kali saudara membeli “Buket Oemah.Kado”?

Athiya : “Kurang lebih 4 kali mba”.

2. Pendapat saudara tentang “Buket Oemah.Kado”?

Athiya : “Buket Oemah.Kado itu toko buket yang bagus dan gembul.”

3. Menurut saudara bagaimana pelayanan yang diberikan di toko “Buket Oemah.Kado”?

Athiya : “Pelayanan yang diberikan oleh pedagang dan karyawan di sana sangat ramah, sopan dan humoris mba. Meskipun terkadang saya hanya tanya – tanya dulu tapi tetap dijawab dengan ramah.”

4. Apakah ada diskon yang diberikan pedagang?

Athiya : “Ada mba. Biasanya kalau beli banyak ataupun hari spesial seperti hari guru, hari ibu, dll.”

5. Bagaimana kualitas buket yang di jual di toko “Buket Oemah.Kado”?

Athiya : “Untuk kualitas buket yang dijual disana menurut saya bagus , rapi, dan gembul buketnya.”

6. Bagaimana menurut saudara tentang penetapan harga buket yang diberikan pedagang?

Athiya : “Menurut saya mba, kalau dari segi penetapan harga yang diberikan oleh pedagang itu kan dari semua total

keseluruhan dalam proses pembuatan buket. Kalau menurut saya untuk harga buket dengan kualitas bagus di “Buket Oemah.Kado” itu standar mba”.

#### Identitas Informan

Nama : Bu Muna (Pembeli)

Waktu Wawancara : Februari 2024

1. Sudah berapa kali saudara membeli “Buket Oemah.Kado”?  
Bu Muna : “Sering mba, maaf mba saya tidak menghitung berapa kali.”
2. Pendapat saudara tentang “Buket Oemah.Kado”?  
Bu Muna : “Buket Oemah.Kado toko buket yang baik dan bagus.”
3. Menurut saudara bagaimana pelayanan yang diberikan di toko “Buket Oemah.Kado”?  
Bu Muna : “Pelayanan disana sangat ramah mba.”
4. Apakah ada diskon yang diberikan pedagang?  
Bu Muna : “Mungkin ada mba.”
5. Bagaimana kualitas buket yang di jual di toko “Buket Oemah.Kado”?  
Bu Muna : “Untuk kualitas buket yang dijual ya bagus mba, rapi juga.”
6. Bagaimana menurut saudara tentang penetapan harga buket yang diberikan pedagang?  
Bu Muna : “Untuk harga buket di “Oemah.Kado” sendiri bagi saya itu standar tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah, apalagi buket yang diperjualbelikan itu bentuknya rapi, bagus dan gembul. Membuat saya yang beli itu tidak sia-sia mba”.

### Identitas Informan

Nama : Ibu Santi (Pembeli)

Waktu Wawancara : Februari 2024

1. Sudah berapa kali saudara membeli “Buket Oemah.Kado”?

Ibu Santi : “ Saya baru beli 2 kali mba di Buket Oemah.Kado.”

2. Pendapat saudara tentang “Buket Oemah.Kado”?

Ibu Santi : “Buket Oemah.Kado toko buket yang bagus baik dari kualitas, dan pelayanan.”

3. Menurut saudara bagaimana pelayanan yang diberikan di toko “Buket Oemah.Kado”?

Ibu Santi : “Pelayanan disini bagus mba ramah saya yang 2 kali beli disini langsung cocok, dari pada pelayanan di buket lainnya mba.”

4. Apakah ada diskon yang diberikan pedagang?

Ibu Santi : “ Untuk diskon ada mungkin mba.”

5. Bagaimana kualitas buket yang di jual di toko “Buket Oemah.Kado”?

Ibu Santi : “ Kualitas buketnya baik, rapi, dan gembul mba.”

6. Bagaimana menurut saudara tentang penetapan harga buket yang diberikan pedagang?

Ibu Santi : “Untuk harga buket yang dikasih menurut saya agak mahal ya mba, tapi kalau kualitas yang diberikan itu bagus mba. Jadi buat saya pun tidak masalah”.

### Identitas Informan

Nama : Ibu Yanti (Pembeli)

Waktu Wawancara : Februari 2024

1. Sudah berapa kali saudara membeli “Buket Oemah.Kado”?

Ibu Yanti : “Saya beli buketnya kurang lebih 5 kali mba.”

2. Pendapat saudara tentang “Buket Oemah.Kado”?

Ibu Yanti : “Buket Oemah .Kado adalah toko buket yang bagus di Kutawis, Bukateja mba.”

3. Menurut saudara bagaimana pelayanan yang diberikan di toko “Buket Oemah.Kado”?

Ibu Yanti : “Pelayanan yang diberikan baik dan ramah mba.”

4. Apakah ada diskon yang diberikan pedagang?

Ibu Yanti : “ Mungkin ada mba, karena saya hanya beli tidak banyak jadi ya ngga di diskon.”

5. Bagaimana kualitas buket yang di jual di toko “Buket Oemah.Kado”?

Ibu Yanti : “Kualitasnya bagus, rapi mba.”

6. Bagaimana menurut saudara tentang penetapan harga buket yang diberikan pedagang?

Ibu Yanti : “Harga buket di “Oemah.Kado” sendiri bagi saya ya standar mba”.

### Identitas Informan

Nama : Lisa (Pembeli)

Waktu Wawancara : Februari 2024

1. Sudah berapa kali saudara membeli “Buket Oemah.Kado”?

Lisa : “Saya Baru pertama kali beli mba, ini toko rekomendasi dari temen saya.”

2. Pendapat saudara tentang “Buket Oemah.Kado”?

Lisa : “Toko Buket yang bagus.”

3. Menurut saudara bagaimana pelayanan yang diberikan di toko “Buket Oemah.Kado”?

Lisa : “Pelayanan disini ramah, sopan mba dan ngga milih milih orang yang sudah sering beli disini.”

4. Apakah ada diskon yang diberikan pedagang?

Lisa : “Kemungkinan ada mba.”

5. Bagaimana kualitas buket yang di jual di toko “Buket Oemah.Kado”?

Lisa : “Untuk kualitas buket yang dijual baik, dan bagus mba, rapi juga.”

6. Bagaimana menurut saudara tentang penetapan harga buket yang diberikan pedagang?

Lisa : “Harga yang ditetapkan di “Buket Oemah.Kado” sendiri menurut saya ya mba, agak mahal ya mba ketimbang dari pedagang buket lainnya, tetapi saya suka dari bentuk

buketnya yang gembul, rapi dan segi pelayanan ramah orangnya mba, jadi saya suka meskipun harganya agak mahal ya bagi saya tidak apa-apa mba”.

Lampiran 3 : Dokumentasi Penelitian



Alat dan Bahan pembuatan Buket



Proses Merakit Bahan baku



Proses Pengguntingan



Proses *Wrapping*



Buket yang sudah jadi





Wawancara dengan karyawan



Wawancara dengan pedagang



Wawancara dengan pembeli dan COD an

## Lampiran 4 : Surat Keterangan Berhak Mengajukan Judul



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53128  
Telp. 0281-835624 Fax. 0281-838553; febi.uinsaizu.ac.id

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: 1917/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/5/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I  
NIP : 19851112 200912 2 007  
Jabatan : Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Sri Mundri Asih  
NIM : 2017201118  
Semester/ SKS : VI/ 110 SKS  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Tahun Akademik : 2022/2023

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut sudah berhak mengajukan judul proposal skripsi. Sebagai

Bukti berikut ini disertakan transkrip nilai sementara.

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mengajukan judul proposal skripsi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal 8 Mei 2023  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



**Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I**  
NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624, Fax. 0281-636553; Website: febi.uinsszu.ac.id

Nomor : 121/Un.19/FEBLJES/PP.009/1/ 2024 Purwokerto, 17 Januari 2024  
Lamp. : -  
Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.  
Bu Solekhatun Salamah  
Di  
Kutawis

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul **STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL "BUKET OEMAH.KADO" DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pedagang "Buket Oemah.Kado" Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga)**

maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Sri Mundri Asih
2. NIM : 2017201118
3. Semester / Program Studi : 7/ Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2023 / 2024
5. Alamat : Desa Pekiringan, Kecamatan Karangmncol, Kabupaten Purbalingga

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Strategi penetapan harga jual "buket oemah.kado" dalam prespektif ekonomi Islam
2. Tempat/ Lokasi : Buket Oemah.Kado Desa Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga
3. Waktu Penelitian : Bulan Januari s/d Maret 2024
4. Metode Penelitian : Deskriptif Kualitatif

Tembusan Yth.  
1. Wakil Dekan I  
2. Kasubbag Akademik  
3. Arsip

## Lampiran 6 : Surat Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp: 0281-535624 Fax: 0281-636593; Webalta: febl.uirasiwu.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 4973/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/11/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Sri Mundri Asih  
 NIM : 2017201118  
 Program Studi : Ekonomi Syariah  
 Pembimbing Skripsi : Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si.  
 Judul : Analisis Efektivitas Penetapan Harga Jual Buket Menggunakan Model yang Cost Plus Pricing Dalam Meningkatkan Penjualan

Pada tanggal 13 November 2023 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 13 November 2023  
 Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I  
 NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 7 : Surat Rekomendasi Munaqasyah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

---

**REKOMENDASI MUNAQASAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : SRI MUNDRI ASIH

NIM : 2017201118

Program Studi : Ekonomi

Syariah Semester/ SKS : VIII/ 143 SKS

Tahun Akademik : 2023-2024

Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian munaqasah dan digunakan sebagaimana mestinya.

Koord. Prodi Ekonomi Syariah,



H. Sochim, Lc., M. Si.

NIP. 19691009 200312 1 001

Purwokerto, 10 Mei 2024

Dosen Pembimbing,



Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E.,

M. Si.

## Lampiran 8 : Sertifikat PPL



## Lampiran 8 : Sertifikat PPL



## Lampiran 9 : Sertifikat PBM



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp. 0281 - 635624, Fax : 0281 - 636553, Website : febi.uinsaizu.ac.id

# SERTIFIKAT

Nomor : 4322/Un 19/D.FEBI/PP.009/10/2023

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Sri Mundri Asih  
 NIM : 2017201118

Dinyatakan Lulus Dengan Nilai A  
 Dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2023.

Purwokerto, 2 Oktober 2023

Mengetahui,  
 Dekan  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
  
 Dr. H. Jamāl Abdul Aziz, M.Ag.  
 NIP. 19730921 200212 1 004

Kepala Laboratorium  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
  
 H. Sochimay, Lc., M.Si.  
 NIP. 19691009 200312 1 001



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

- |                       |  |
|-----------------------|--|
| 1. Nama Lengkap       | : SRI MUNDRI ASIH  |
| 2. NIM                | : 2017201118   |
| 3. Program Studi      | : Ekonomi Syariah  |
| 4. Tempat/ Tgl. Lahir | : Purbalingga, 26 Mei 2002                               |
| 5. Alamat Rumah       | : Desa Pekiringan, Kec.Karangmoncol,<br>Kab. Purbalingga |
| 6. Nama Orang Tua     |  |
| a. Ayah               | : Ahmad Pramadi  |
| b. Ibu                | : Mulyanti   |

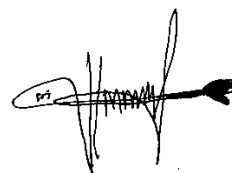
### B. Riwayat Pendidikan

- |  |  |
|--|--|
| 1. Pendidikan Formal                       |  |
| a. TK                                      | : TK RA Diponegoro Pekiringan                  |
| b. SD                                      | : SD Negeri 2 Pekiringan                       |
| c. SMP                                     | : SMP Negeri 1 Karangmoncol                    |
| d. SMA                                     | : SMA Ma'arif Karangmoncol                     |
| e. S1                                      | : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri<br>Purwokerto |
| 2. Pendidikan Non Formal                   |  |
| a. Pondok Pesantren Darul Abror Purwokerto |  |

### C. Riwayat Organisasi

1. Anggota KSEI FEBI UIN SAIZU PURWOKERTO

Purwokerto, 17 April 2024



**SRI MUNDRI ASIH**



NIM. 201720118

