

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR PENENTUAN HARGA DITINJAU DARI ETIKA
BISNIS ISLAM**

(Studi Kasus Pedagang Sembako Di Pasar Sekampung)

Oleh:

FARIYUNTIKA

1287794



Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

(IAIN) METRO

1439 H / 2018 M

**FAKTOR-FAKTOR PENENTUAN HARGA DITINJAU DARI ETIKA
BISNIS ISLAM**

(Studi Kasus Pedagang Sembako Di Pasar Sekampung)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar S.E

Oleh:

FARIYUNTIKA

NPM: 1287794

Pembimbing I : Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag

Pembimbing II : H. Azmi Siradjuddin, Lc.,M.Hum

Jurusan : Ekonomi Syri'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

METRO

1439 H / 2018 M

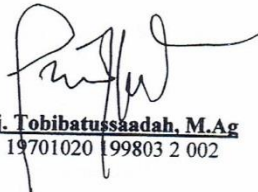
PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR PENENTUAN HARGA DITINJAU
DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pedagang
Sembako di Pasar Sekampung)**

Nama : **Furiyuntika**
NPM : 1287794
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah disetujui untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I



Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
NIP. 197010201998032002

Metro, Desember 2017
Pembimbing II



H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum
NIP. 196506272001121001

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyah
Saudari Fariyuntika

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _ Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

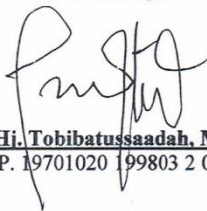
Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudari:

Nama : **Fariyuntika**
NPM : 1287794
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **FAKTOR-FAKTOR PENENTUAN HARGA DITINJAU DARI
ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pedagang Sembako di Pasar
Sekampung)**

Sudah dapat kami setujui dan dapat dimunaqosyahkan Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
NIP. 19701020 199803 2 002

Metro, Desember 2017
Pembimbing II



H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum
NIP. 19650627 200112 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : 0255/In.28.3/D/PP.009/01/2018

Skripsi dengan Judul: FAKTOR-FAKTOR PENENTUAN HARGA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pedagang Sembako di Pasar Sekampung), disusun oleh Fariyuntika, NPM.1287794, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin / 08 Januari 2018.

TIM MUNAQOSYAH:

Ketua/Moderator : Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag

Penguji I : Drs. Dri Santoso, MH

Penguji II : H. Azmi Siradjuddin, Lc. M.Hum

Sekretaris : Era Yudistira, M.Ak



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

**FAKTOR-FAKTOR PENENTUAN HARGA DITINJAU DARI ETIKA
BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Pedagang Sembako di Pasar Sekampung)**

**ABSTRAK
Oleh:
FARIYUNTIKA**

Dalam jual beli harga adalah yang sangat penting dan merupakan salah satu unsur yang harus jelas serta tegas agar penjual dan pembeli tidak merasa adanya permainan harga. Salah satu praktek yang sudah jelas dilarang di dalam Islam adalah menyembunyikan harga asli kepada para pembeli yang tidak mengetahui harga yang sesungguhnya untuk mendapat keuntungan yang setinggi-tingginya dengan menentukan harga yang tinggi. Oleh sebab itu peneliti mengetahui penyebab mengapa pedagang sembako di Pasar Sekampung menentukan harga yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan (Field research) data yang penulis gunakan yaitu teknik wawancara, dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi, metode wawancara dilakukan kepada pedagang sembako di Pasar Sekampung dan pembeli, sedangkan untuk metode dokumentasi yaitu dokumen yang dibutuhkan peneliti seperti buku-buku, atau referensi yang berkaitan dengan penentuan harga serta informasi-informasi yang dapat ditemukan melalui media cetak atau elektronik. Metode yang peneliti gunakan adalah metode deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai situasi-situasi atau kejadian.

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa pada kenyataannya sebagian besar pedagang sembako di Pasar Sekampung melakukan penentuan harga terlalu tinggi, mereka menentukan harga-harga tinggi pada saat-saat yang memungkinkan yaitu pada saat hari-hari besar atau permintaan yang tinggi, pada saat keadaan ramai pembeli, selain itu juga dipengaruhi oleh faktor yang tidak tahu harga dan pembeli yang terdesak dengan kebutuhannya. Kurangnya kesadaran etika baik para pedagang menyebabkan mereka menganggap bahwa apa yang mereka lakukan masih dapat dikategorikan wajar. Secara garis besar para pedagang sembako di Pasar sembako mengakui pernah menentukan harga tinggi kepada pembeli, padahal sudah jelas-jelas dalam Islam tidak diperbolehkan.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : FARIYUNTIKA
NPM : 1287794
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Desember 2017



Fariyuntika
NPM. 1287794

MOTTO

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“ Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah Maha Penyanyang kepadamu ”

(Al-Qur’an Surat An-Nisa:29)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Ayahanda Rukmana dan Ibunda Mariyati yang tidak pernah lelah mengasuh, membesarkan dan mendidik serta mendoakan saya.
2. Kakaku tercinta Abdul Muin, Heri Yudiyanto, Affuron dan juga adikku Ahmad Nur Huda yang ikut serta memotivasi, memberi arahan dan nasihat serta do'a dan dukungannya dalam menyelesaikan studiku.
3. Ibu Dr. Hj. Thobibatussaadah, M. Ag dan Bapak H. Azmi Siradjuddin, Lc., M. Hum selaku pembimbing I dan II yang telah membimbing hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Sahabat-sahabatku Sherly Baiti, Endang Lestari, Intan Nurul Husna, Novita Sari, Armay Darina, Yanti, Ismy ,Chitra, Ummul yang telah membantu dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Almamaterku IAIN Metro.
6. Serta semua pihak yang turut andil dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga amal kebajikannya dibalas oleh Allah SWT.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar S.E.


Dalam penulisan Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan baik ini peneliti ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M. Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
3. Ibu Rina Elmaza, S.H.I.,M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Ibu Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag selaku Pembimbing I dan Bapak H. Azmi Siradjuddin, Lc.,M.Hum selaku Pembimbing II yang telah membimbing serta mengarahkan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini
5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada peneliti
6. Rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti. Namun peneliti menyadari

keterbatasan kemampuan yang peneliti miliki, untuk itu peneliti menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik. Akhirnya semoga hasil penelitian ini bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah dan khususnya bagi peneliti.

Metro, Januari 2018
Peneliti



Fariyunka
NPM. 1287794

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	10
D. Penelitian Yang Relevan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Pengertian Harga.....	13
1. Harga Menurut Islam	13
2. Harga Secara Umum	16
3. Konsep Harga.....	17
4. Ketentuan Harga	18
5. Penentuan Harga di Bawah dan di Atas Harga Pasar	18
B. Faktor-faktor Penentuan Harga	20
C. Pedagang	22
1. Pengertian pedagang	22
2. Macam-macam pedagang.....	23

D. Etika Bisnis Islam Islam	25
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	25
2. Etika Bisnis Islam yang Berkaitan dengan Harga	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis dan Sifat Penelitian	33
B. Sumber Data.....	34
C. Teknik Pengumpulan Data.....	36
D. Teknis Analisis Data	39
BAB IV TEMUAN HASIL PENELITIAN	40
A. Gambaran Umum Pasar Sekampung	40
1. Sejarah Berdirinya Pasar Sekampung	40
2. Letak Geografis Pasar Sekampung	42
3. Sarana dan Prasarana yang ada di Pasar Sekampung.....	43
4. Struktur Kepengurusan Dinas Pasar Sekampung.....	44
5. Jumlah Pedagang dilihat dari Jenis Barang yang diperdagangkan	45
B. Faktor-Faktor Penentuan Harga Sembako ditinjau dari Etika Bisnis Islam.....	46
C. Analisis faktor-faktor penentuan harga sembako di Pasar Sekampung.....	52
BAB V PENUTUP.....	55
A. Kesimpulan.....	55
B. Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian merupakan salah satu guru kehidupan negara. Perekonomian negara yang kokoh akan mampu menjamin kesejahteraan dan kemampuan rakyat salah satu penunjang perekonomian negara adalah kesehatan pasar, baik pasar barang jasa, pasar uang maupun pasar tenaga kerja. Kesehatan pasar sangat tergantung pada mekanisme pasar yang mampu menciptakan harga yang seimbang, yakni tingkat harga yang dihasilkan oleh interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran yang sehat. Apabila kondisi ini dalam keadaan wajar dan normal tanpa ada pelanggaran monopoli misalnya, maka harga akan stabil, namun apabila terjadi persaingan yang tidak wajar, maka keseimbangan harga akan terganggu dan yang pada akhirnya mengganggu hak rakyat secara umum.

Di dalam jual beli, ada unsur yang sangat penting dalam transaksi jual beli yaitu harga. Harga merupakan sesuatu yang harus dibayarkan oleh pembeli, sebagai pengimbang dari barang yang dibelinya, biasanya harga suatu barang didasarkan atas kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa uang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan

penjualan akan menurun namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.

Harga menurut Muhammad Abdul Mun'in Al Jammal harga merupakan “nisab pertukaran sesuatu barang dengan mata uang”.¹ Jadi, dapat dijelaskan bahwa harga merupakan nilai uang yang digunakan untuk ditukarkan dengan barang dan jasa. Harga merupakan suatu unsur yang harus jelas di dalam jual beli. Oleh karena itu, Islam memberikan aturan yang sangat jelas dan tegas agar penjual dan pembeli tidak merasa adanya permainan harga. Harga-harga ditentukan oleh beberapa hal di pasar, kadang sesuai dengan hukum penawaran dan permintaan, kadang-kadang mengikuti faktor penyebab yang lain.² Faktor-faktor itu di antaranya : harga monopoli, kenaikan harga yang sebenarnya, kenaikan harga buatan, dan kenaikan harga yang disebabkan oleh kebutuhan-kebutuhan hidup.³ Selain ada pula praktek yang dapat merubah harga di dalam jual beli yang biasanya dilakukan oleh para pedagang di dalam menentukan suatu harga.

Mengambil suatu keuntungan merupakan hal wajar, namun apabila mengambil keuntungan lebih dari dari sepertiga modal, walaupun hal ini dikarenakan kesukaan pembeli kepada barang tersebut atau kebutuhan yang mendesak tetap saja tidak dibolehkan, menolak jual beli seperti ini merupakan tindakan yang baik (*ihsan*). Di dalam teori etika bisnis di dalam Islam, dasar aturan bermuamalah yaitu “amanat, jujur,

¹ Muhammad Abdul Mun'in Al Jammal, *Ensiclopedia Ekonomi Islam Jilid 2*, (Malaisia Kuala Lumpur: PT Dewan bahasa dan Pustaka Kementrian Pendidikan, 1992), h.562.

² Yusuf Qordawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam Jilid 2*, (Jakarta: 1997), h.285.

³ Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: 1997), h.153.

memenuhi janji, dan membebaskan kemerdekaan bermuamalah kecuali dengan sesuatu yang bisa menimbulkan bahaya.⁴

Abu A'ala Maududi mengatakan bahwa Islam telah mengatur cara bermuamalah, sehingga dalam pembinaan masyarakat tidak menimbulkan perselisihan namun keselarasan dan keseimbangan antara ummat.⁵

Setelah menjadi Rasul, Muhammad saw memang tidak lagi menjadi pelaku bisnis secara aktif karena situasi dan kondisinya yang tidak memungkinkan. Pada saat awal perkembangan Islam di Makkah Rasulullah saw dan masyarakat muslim mendapat gangguan dan teror yang berat dari masyarakat kafir Makkah (terutama suku Qurays, suku Rasulullah saw sendiri) sendiri sehingga perjuangan dan dakwah merupakan prioritas. Ketika masyarakat muslim telah berhijrah (bermigrasi) ke Medinah, peran Rasulullah bergeser menjadi pengawas pasar atau al muhtasib. Beliau mengawasi jalannya mekanisme pasar di Medinah dan sekitarnya agar tetap dapat berlangsung secara Islami.

Pada saat itu mekanisme pasar sangat dihargai. Beliau menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga manakala tingkat harga di Medinah pada saat itu tiba-tiba naik. Sepanjang kenaikan terjadi karena kekuatan permintaan dan penawaran yang murni, yang tidak dibarengi

⁴ Mahmud Muhammad Babilly, *Etika Bisnis Studi Kajian Konsep Perekonomian Menurut Al Qur'an dan As Sunnah*, (Rahmadhani, 1990) h.113-114.

⁵ Abu A'la Maudadi, *Dasar-Dasar Etika Dalam Islam dan Berbagai Sistem Masa kini*, (Bandung: Penerjemah Asusiali, Al-maarif, 1980), h.13.

dengan dorongan-dorongan monopolistik dan monopsonistik, maka tidak ada alasan untuk tidak menghormati harga pasar. Hal ini dijelaskan dalam hadits nabi sebagai berikut:

Anas bin Malik menuturkan bahwa pada masa Rasulullah saw pernah terjadi harga-harga membubung tinggi. Para Sahabat lalu berkata kepada Rasul, “Ya Rasulullah saw tetapkan harga demi kami.” Rasulullah saw menjawab:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنَّ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ
أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya : “Sesungguhnya Allahlah Zat Yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta”.
(HR Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi).

Para ulama menyimpulkan dari hadits tersebut bahwa haram bagi penguasa untuk menentukan harga barang-barang karena hal itu adalah sumber kedzaliman. Masyarakat bebas untuk melakukan transaksi dan pembatasan terhadap mereka bertentangan dengan kebebasan ini. Pemeliharaan masalah pembeli tidak lebih utama daripada pemeliharaan masalah penjual. Apabila keduanya saling berhadapan, maka kedua belah pihak harus diberi kesempatan untuk melakukan ijtihad tentang masalah keduanya. Pewajiban pemilik barang untuk menjual dengan harga yang tidak diridhainya bertentangan dengan ketetapan Allah SWT.

Dalam hadits lain diceritakan bahwa Abu Hurairah juga menuturkan, pernah ada seorang laki-laki mendatangi Rasulullah saw Ia lalu berkata, “Ya Rasulullah, tetapkanlah harga.” Rasulullah saw menjawab, “Akan tetapi, aku hanya akan berdoa kepada Allah.” Lalu datang orang lain dan berkata, “Ya Rasulullah, tetapkanlah harga” Beliau menjawab:

بَلَّ اللَّهُ يَخْفِضُ وَيَرْفَعُ

Artinya :“Akan tetapi, Allahlah Yang menurunkan dan menaikkan harga”. (HR Ahmad dan ad-Darimi).

Dalam hadist di atas jelas dinyatakan bahwa pasar merupakan hukum alam (sunatullah) yang harus dijunjung tinggi. Tak seorangpun secara individual dapat mempengaruhi pasar, sebab pasar adalah kekuatan kolektif yang telah menjadi ketentuan Allah. Pelanggaran terhadap harga pasar, misalnya penetapan harga dengan cara dan karena alasan yang tidak tepat, merupakan suatu ketidakadilan (zulm/injustice) yang akan dituntut pertanggungjawabannya di hadapan Allah. Sebaliknya, dinyatakan bahwa penjual yang menjual dagangannya dengan harga pasar adalah laksana orang yang berjuang di jalan Allah (jihad fii sabilillah), sementara yang menetapkan sendiri termasuk sebuah perbuatan ingkar kepada Allah..⁶

Etika bisnis Islam, tidak saja mengatur bisnis atau hubungan antar sesama manusia saja, tetapi juga norma yang mengatur antara manusia

⁶M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, (Cilandak Timur, Jakarta :2002) , h.463.

dengan Allah SWT. Di sini ditegaskan bahwa, pedagang Islam harus bersikap *tawazun* antara menekuni profesi dengan mengingat Allah SWT.

Dalam kenyataannya sering terjadi bahwa harga pasar dapat merugikan konsumen dan pihak penjual atau konsumen dan pihak penjual atau produsen. Dalam hal ini pemerintah mempunyai peran dalam mengatasinya. Cara-cara yang dilakukan pemerintah diantaranya sebagai berikut :

1. Penentuan harga maksimum

Harga maksimum merupakan perubahan tertinggi yang diperbolehkan terhadap suatu harga barang yang telah ditetapkan dalam suatu kontrak dalam suatu masa perdagangan sesuai dengan aturan perdagangan yang ada. Harga pasar yang terkena harga maksimum tidak diperbolehkan untuk menaikkan harga di atas harga maksimum yang telah ditetapkan. Kebijakan harga maksimum biasanya diberlakukan pada saat harga pasar yang ada tidak mengalami kenaikan yang cenderung berarti dalam kurun waktu yang singkat sedangkan suatu permintaan pasar terhadap produk meningkat. hal ini akan memicu produsen atau supplier untuk menaikkan harga. Dalam situasi seperti ini kebijakan harga maksimum perlu diberlakukan untuk menjaga stabilitas harga pasar supaya kenaikan harga yang ditetapkan oleh produsen tidak terlalu tinggi dan tidak membebani produsen.⁷

⁷<http://gilangpratama.blog.binusia.org/?=39> diunduh pada 26 Februari 2017.

Penetapan harga maksimum atau Harga Eceran Tertinggi (HET) yang dilakukan pemerintah bertujuan untuk melindungi konsumen. Kebijakan HET dilakukan oleh pemerintah jika harga pasar dianggap terlalu tinggi diluar batas daya beli masyarakat (konsumen). Penjual tidak diperbolehkan menetapkan harga diatas harga maksimum tersebut.

2. Penentuan harga minimum

Harga minimum atau harga dasar merupakan batas seberapa rendah harga dapat dikenakan pada suatu produk melalui kesepakatan bersama atau ketentuan pemerintah. Penetapan harga minimum atau harga dasar yang dilakukan oleh pemerintah bertujuan untuk melindungi produsen. Kebijakan harga dasar dapat digunakan pada saat ditemukan kapasitas produksi dipasar selalu sedikit sehingga kuantitas barang beredar di pasar lebih rendah dari pemerintah pasar, hal ini dikarenakan terlalu rendahnya harga jual yang ada di pasar, sehingga selisih harga produksi dengan harga jual pasar terlalu kecil. Hal ini menyebabkan produsen takut untuk memperbanyak kapasitas produksi dikarenakan harga jual yang rendah dan supplier cenderung menyimpan barang mereka menunggu harga pasar pulih kembali. Oleh karena itu dalam situasi seperti ini pemerintah biasanya menetapkan harga dasar.⁸

Para pedagang memanfaatkan keadaan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan melanggar aturan main yang

⁸ <http://ipsterpadusmk.blogspot.co.id/2012/10/e-peran-pemerintah-dalam-pembentukan.html> di unduh pada tanggal 26 Februari 2017.

ditetapkan agama. Pedagang sembako misalnya menaikkan harga dengan memanfaatkan kondisi dimana pembeli benar-benar sangat membutuhkan suatu barang tanpa memikirkan bahwa apa yang dilakukannya adalah sebuah kecurangan. Harga sembako melambung tinggi tidak saja pada hari-hari besar keagamaan, tetapi juga mengalami kenaikan pada hari-hari biasa, serta faktor alam, produksi dan lain sebagainya yang terkadang dijadikan para pedagang sebagai alasan untuk menaikkan harga.

Pada saat sekarang para pedagang sembako banyak memanfaatkan suatu keadaan untuk memperoleh keuntungan. Sembako adalah suatu komoditas yang dibutuhkan oleh semua kalangan baik miskin maupun kaya sebab sembako adalah salah satu kebutuhan primer bagi kelangsungan hidup manusia di dunia seperti cabe merah dari Rp 30.000/kg naik Rp 35.000/kg, minyak goreng, Rp. 9500/botol naik Rp 11000/botol, cabe rawit, Rp 55.000/kg naik Rp 60.000/kg.⁹

Berdasarkan hasil pra survey, yang peneliti lakukan di Pasar Sekampung, langsung kepada pedagang sembako, langsung kepada bapak Rianto bahwa bapak Rianto menjual cabe dengan harga tinggi terutama pada hari-hari besarngan alasan harga tinggi tersebut yang diberikan kepada pembeli itu nanti masih akan di tawar pembeli, oleh karena itu bapak Rianto tetap memberikan harga tinggi kepada konsumen.¹⁰

⁹ Observasi kepada pedagang di Pasar Sekampung, pada tanggal 25 Februari 2017.

¹⁰ Pra survey kepada bapak Rianto 26 Februari 2017.

Hal ini berbeda dengan yang dinyatakan oleh salah satu pembeli yaitu ibu Eka, dia yang membeli sembako di warung/toko bapak Rianto, bahwa harga yang di berikan oleh bapak Rianto tetap tinggi berbeda dengan apa yang di katakan langsung kepada bapak Rianto bahwa harga bisa rendah jika ada penawaran dari pembeli, tetapi kenyataanya berbeda dengan apa yang bapak Rianto katakan, bahwa harga tersebut tetap saja tinggi.¹¹

Pedagang sembako di Pasar Sekampung menetapkan harga masih belum sesuai dengan ajaran Islam. Memperoleh keuntungan yang berlebih dengan menaikkan harga diluar kewajaran. Tingkat harga yang Islami adalah tingkat harga yang adil, tidak ada pihak yang menzalimi baik untuk produsen maupun untuk konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti lebih mendalam tentang “Faktor-faktor Penentuan Harga Di tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi kasus pedagang Sembako di Pasar Sekampung)

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas dan dikaitan dengan judul skripsi maka peneliti mengangkat permasalahan sebagai berikut:
Bagaimana faktor-faktor Penentuan Harga di Pasar Sekampung Di tinjau dari Etika Bisnis Islam ?

¹¹ Pra survey kepada ibu Eka 27 Februari 2017.

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang di pasar Sekampung dalam menentukan harga ditinjau dari etika bisnis Islam.

2. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian merupakan pertanyaan bahwa penelitian yang dilakukan memiliki nilai guna, baik kegunaan teoretis maupun untuk kegunaan praktis. Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat atau kegunaan sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan di bidang muamalah tentang etika bisnis Islam, khususnya tentang faktor-faktor penentuan harga.
- b. Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pedagang sembako dan masyarakat yang bermuamalah, khususnya tentang perdagangan dan objek penentuan harga yang dianjurkan oleh Islam, sehingga masyarakat dapat melakukan transaksi sesuai dengan etika bisnis Islam.

D. Penelitian Yang Relevan

Penelitian yang relevan ini menjadi penting karena memperjelas posisi, perbedaan atau memperkuat hasil penelitian tersebut dengan penelitian yang telah ada.¹²

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan terhadap karya ilmiah (skripsi) di perpustakaan IAIN Metro bahwa terdapat penelitian terdahulu yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat di dalam pembahasan atau topik penelitian ini. Oleh karena itu, di dalam kajian ini, peneliti memaparkan perkembangan karya ilmiah yang terkait dengan pembahasan penulis di antaranya adalah :

1. Konsep Harga Adil dalam Presfektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Penetapan Harga Sembako di Pasar Banarjojo Batanghari) Skripsi ini di teliti oleh Nurbaiti Janati STAIN Jurai Siwo Metro Thun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pandangan Ekonomi Islam tentang harga adil terhadap realitas penetapan harga bagi pedagang sembako di pasar Banarjojo Batanghari.
2. Skripsi yang berjudul “Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Pembulatan Harga” Skripsi yang diteliti oleh Ernawati, Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Islam STAIN Jurai Siwo Metro Tahun 2014.

Dalam skripsi ini membahas bahwa tidak diperbolehkannya penjual dalam menentukan harga karena hal ini adalah sumber kedhzaliman.

¹² Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, (STAIN Jurai Siwo Metro, 2013), h.55.

Masyarakat bebas untuk melakukan aktivitas jual beli dan melakukan pembatasan-pembatasan yang bertentangan dengan kebebasan itu sendiri. Di dalam menetapkan suatu harga, penjual dan pembeli melakukan tawar-menawar dan biasanya para penjual semuanya sendiri demi keuntungan yang lebih dan sering kali mengabaikan orang lain dan melakukan tindakan yang merugikan pembeli yaitu dengan melakukan pembulatan harga dalam transaksi jual beli.¹³

Dari hasil penelitian dua skripsi yang dilakukan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini memiliki kajian yang berbeda, walaupun memiliki fokus kajian yang sama pada tema-tema tertentu, terutama penetapan harga. Akan tetapi, dalam penelitian ini lebih ditekankan pada faktor-faktor penentuan harga.

¹³ Skripsi Ernawati, *Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Pembulatan Harga, (Studi Kasus pada SPBU Kota Metro)*, Perpustakaan STAIN Jurai Siwo Metro: 2014.

BAB II

LANDASAN TEORI

E. Pengertian Harga

6. Harga Menurut Islam

Dalam literatur Islam, masalah harga diuraikan di dalam beberapa termologi, antara lain *sir al-mitsl*, dan *thaman al-mitsl qimah al-adl*. Istilah *qimah ad-adl* (harga yang adil) pernah digunakan oleh Rasulullah SAW. Di dalam mengontrol kompensasi dengan harga yang adil atau *qimah al-adl*. Penggunaan istilah ini juga ditemukan di dalam laporan Khalifah Umar bin Khattab dan Ali bin Abi Thalib. Umar bin Khattab menggunakan istilah harga yang adil ketika menetapkan nilai baru atas *diyah*. (denda/uang tebusan darah), setelah nilai dirham turun sehingga harga-harga naik (Ibn Hanbal).

Istilah *qimah al-adl* juga banyak digunakan oleh para hakim yang telah mengodifikasikan hukum Islam tentang transaksi bisnis di dalam objek barang cacat yang dijual, perebutan kesukaan, memaksa penimbun barang untuk menjual barang timbunannya, membuang jaminan atas harta milik, dan sebagainya.¹⁴ Secara umum, mereka berfikir bahwa harga sesuatu yang adil adalah harga yang dibayar untuk objek yang sama yang diberikan pada waktu dan tempat

¹⁴ Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi. *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h.211

diserahkan. Mereka juga sering menggunakan istilah *thaman al-mithl* (harga yang setara/*equivalen price*).

Ibnu Taimiyah juga membedakan dua jenis harga yakni harga yang tidak ada dan dilarang dan harga ada dan disukai. Ibnu Taimiyah menganggap harga yang setara adalah harga yang adil, ia juga menjelaskan bahwa harga yang setara adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas yakni pertemuan antar permintaan dan penawaran.¹⁵

Ibn Taimiyah mendefinisikan *equivalen price/* harga yang setara sebagai harga baku (*s'ir*), yaitu penduduk menjual barang-barangnya dan secara umum diterima sebagai sesuatu yang setara dengan itu dan untuk barang yang sama pada waktu dan tempat yang khusus. Sementara dalam *al-hisbah*, ia menjelaskan bahwa *equivalen price/harga* yang setara sesuai dengan keinginan atau lebih persisnya harga yang ditetapkan oleh ketetapan pasar yang berjalan secara bebas kompetitif dan tidak terdistorsi antara penawaran dan permintaan. Ia mengatakan, “Jika penduduk menjual barangnya dengan cara yang normal (*al-wajh al-ma'ruf*) tanpa menggunakan cara-cara yang tidak adil, kemudian harga meningkat karena pengaruh kekurangan persediaan barang atau meningkatnya jumlah penduduk (meningkatnya permintaan), semua itu karena Allah.” Di Dalam kasus seperti itu,

¹⁵ Adiwarmanto Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Penerbit III T Indonesia, 2003), h. 130.

memaksa penjual untuk menjual barangnya pada harga khusus merupakan paksaan yang salah (*ikrah bi ghair al-haq*).

Definisi harga menurut Ibn Qayyim Al-jauziyah ialah ukuran, standar, kriteria (al-miyar) yang dapat dikenai harta kekayaan, wajib dibatasi sedemikian rupa supaya tidak mudah naik dan tidak mudah turun, sifa spesifik dan akurat. Sedangkan pengertian harga menurut M. Amin Summa adalah “nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang; atau alat tukar yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa.” Menurut Muhammad Abdul Mu’in Al Jamal harga merupakan “nisab pertukaran sesuatu barang dengan mata uang”.¹⁶

Kegiatan di bidang perekonomian tidak dapat dipisahkan dengan istilah harga. Demikian pula harga selalu menjadi ukuran apakah seseorang akan melakukan pembelian atau tidak untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk memberikan batasan yang diberikan dengan tentang harga, maka dikemukakan beberapa pendapat.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Harga diartikan sebagai barang yang ditentukan ataupun dirupakan dengan uang.¹⁷ Dalam Al-Quran dan Hadist, harga diistilakan dengan *tsaman*. Kata *tsaman* penggunaanya lebih umum dibandingkan dengan *Al-Qimah*, yang juga berarti harga (*price*). *Tsaman*, diartikan dengan harga tawar

¹⁶ Muhammad Abdul Mu’in Al-Jamal, *Encyclopedia Ekonomi Islam Jilid 2*, (Malaysia Kuala Lumpur: PT Dewan bahasa dan Pustaka Kementrian Pendidikan, 1992).

¹⁷ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1983), h. 1054.

menawar, sedangkan *Al-qimah* digunakan untuk harga jadi (harga riil) yang disepakati oleh para pihak.¹⁸

Enizar di dalam buku *Syarah Hadist Ekonomi* menjelaskan bahwa, harga “ merupakan sesuatu yang harus dibayarkan oleh pembeli sebagai pengimbang dari barang yang dibelinya.”¹⁹

7. Harga Secara Umum

Harga merupakan elemen ketiga dari bauran pemasaran dan satu-satunya elemen di dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan , sedangkan elemen lainnya melambangkan biaya. Secara sederhana, harga adalah sejumlah uang yang berfungsi sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga juga dapat diartikan sebagai penentuan nilai suatu produk di benak konsumen.

Kotler dan Armstrong mendefinisikan harga secara lengkap, yaitu: “ Sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.”²⁰

Harga mempunyai pengaruh langsung bagi laba perusahaan. Harga juga mempunyai peran utama dalam menciptakan nilai pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan.

¹⁸ Muhammad Amin Summa, *Mengali Akar Mengurangi Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Jakarta: Kholam Publising, 2008), h.183.

¹⁹ Enizar, *Syarah Hadist Ekonomi*, (STAIN : Pres Metro, 2005), h.109.

²⁰ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h. 109.

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya.²¹

8. Konsep Harga

Buchari Alma mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan utility merupakan konsep yang paling berhubungan dengan penetapan harga. Yang dimaksud dengan utility dan value sebagai berikut :

1. Utility adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut memenuhi kebutuhan (needs), keinginan, dan memuaskan konsumen.
2. Value adalah nilai suatu produk untuk ditukar dengan produk lain, nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu ditukar dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran barang dengan barang. Sekarang ini kegiatan perekonomian tidak melakukan barter lagi tetapi telah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga (price) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Definisi diatas memberikan arti bahwa harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai untuk mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan konsumen.²²

²¹ Tim. Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*, (Jakarta: PT. Reality Publisher 2008), h. 45

²² Buchari Alma, *Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta 2005), h. 169.

9. **Ketentuan Harga**

Ketentuan atau regulasi harga sebenarnya merupakan hal yang tidak populer dalam Khazanah pemikiran ekonomi Islam, sebab regulasi harga yang tidak tepat dapat menimbulkan ketidakadilan. Regulasi harga diperkenankan pada kondisi tertentu dengan tetap berpegang dalam nilai keadilan.

Baqir Shadr menjelaskan bahwa jika pasar telah berkerja dengan sempurna, tidak ada alasan untuk mengatur tingkat harga. Penetapan harga akan mendistorsi harga sehingga akhirnya mengganggu mekanisme pasar. Pada masa Rasulullah SAW. dan masa kekhalifahan Umar bin al-Khattab r.a., Kota Madinah pernah mengalami kenaikan tingkat harga barang-barang (misalnya, gandum) sehingga menurunnya pasokan di pasar karena kegagalan panen.²³ Umar bin al-Khattab r.a, menolak permintaan para sahabat untuk mengatur harga pasar, tetapi melakukan impor besar-besaran sejumlah barang (gandum) dari Mesir, sehingga penawaran barang-barang di Madinah kembali melimpah dan tingkat harga mengalami penurunan.

10. **Penentuan Harga di Bawah dan di Atas Harga Pasar**

Alasan umum dalam mengambil kebijakan harga di bawah pasar adalah melindungi konsumen dari harga yang terlalu tinggi. Pengaruh penetapan harga juga tidak jauh berbeda, yaitu menimbulkan

²³Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran.*, h. 110.

banyak distorsi bagi perekonomian. Karena harga terlalu rendah, akan terjadi kelebihan permintaan sebab konsumen membeli dengan harga lebih murah dari yang seharusnya. Akan tetapi, bagi produsen harga ini tidak menguntungkan sehingga kemungkinan akan enggan untuk melepaskan barang-barangnya ke pasar. Para produsen akan cenderung menjual barangnya ke pasar lain (Black market) yang bisa memberinya harga yang lebih tinggi. Sebagaimana dalam penetapan harga di atas harga pasar, kemunculan pasar gelap selalu dengan kolusi, korupsi, dan nepotisme. Sejalan dengan pemikiran ini, Al-Baj seseorang ahli fiqh Mazhab Maliki- berpendapat bahwa penetapan harga yang tidak memberikan margin keuntungan yang wajar bagi penjual akan menimbulkan ketidakteraturan harga (*fasad al-as'ar*), terhentinya periyediaan barang, akhirnya kerugian finansial kepada masyarakat.²⁴

Salah satu kebijakan yang populer dengan mekanisme ini adalah kebijakan harga tertinggi (*ceiling price*). Dalam kebijakan ini, pemerintah memberikan batasan harga tertinggi harga dari suatu barang. Harga yang ditetapkan berada di bawah harga pasar yang seharusnya, sebab tujuan kebijakan ini melindungi konsumen dari kenaikan harga.

Sebaliknya, penetapan harga di atas pasar untuk melindungi produsen dari harga yang terlalu rendah sehingga tidak memperoleh

²⁴ *Ibid.*, h.213.

margin keuntungan yang memadai bahkan rugi. Hal ini disebut dengan harga dasar biasanya tertera di lebel-lebel barang atau kemasan barang. Hal ini pernah dilakukan pada masa Rasulullah SAW. yang mengawasi pasar di Madinah.

F. Faktor-faktor Penentuan Harga

Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga adalah sebagai berikut:

a. Faktor Internal

1). Tujuan Pemasaran

Maksimalis laba mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi pesaing dan melaksanakan tanggung jawab sosial.

2). Strategi Bauran Pemasaran

Harga perlu dikoordinasi dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya yaitu produk, distribusi dan promosi.

3). Biaya

Merupakan faktor yang paling menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian, dalam hal biaya tetap dan variabel.

4). Organisasi

Manajemen harus memutuskan siapa di dalam organisasi yang menetapkan harga, pada perusahaan kecil umumnya harga ditetapkan oleh manajemen puncak, pada perusahaan besar seringkali masalah penetapan harga ditangani oleh divisi atau manager suatu lini produk, dalam pasar industri para waraniaga diperkenankan untuk berorganisasi dengan pelanggannya guna menetapkan rentang harga tertentu.

b. Faktor Eksternal

1) Sifat Pasar dan Permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitas permintaan.

2) Persaingan

Ada lima kekuatan pokok yang berpengaruh dalam persaingan suatu industri :

- a) Persaingan dalam industri yang bersangkutan
- b) Produk substitusi
- c) Pemasok
- d) Pelanggan dan
- e) Ancaman-ancaman baru

Informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karakteristik persaingan yang dihadapi :

- a) Jumlah perusahaan dalam industri
 - b) Ukuran relatif setiap anggota dalam industri
 - c) Deferensiasi produk
 - d) Kemudahan untuk memasuki industri yang bersangkutan
- 3) Pengawasan Permintaan

Pengawasan permintaan juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan permintaan tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha kearah monopoli.

G. Pedagang

3. Pengertian pedagang

Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan persaingan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.

Secara termologi fiqh jual beli disebut dengan *al ba'i* yang berate menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.²⁵

²⁵ Mardani, *Fiqh ekonomi syariat* (Perdana media group, 2012), h.101.

Secara estimologi pedagang merupakan orang-orang melakukan suatu kegiatan-kegiatan perdagangan sehari-hari sebagai matapencarian mereka.

4. Macam-macam pedagang

Pedagang dibagi beberapa macam yaitu:

a. Pedagang Besar / Distributor / Agen Tunggal

Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberikan hak wewenang wilayah / daerah tertentu dari produsen. Pedagang besar meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa kepada orang-orang yang mau membelinya untuk dijual kembali atau untuk penggunaan bisnis, pedagang besar atau disebut juga sebagai distributor berbeda dengan pengecer dalam beberapa hal . Pertama, pedagang besar memberikan perhatian yang lebih sedikit dari promosi dan lokasi karena mereka berhadapan dengan pelanggan bisnis, bukan konsumen terakhir. Kedua, transaksi perdagangan besar biasanya lebih besar dari pada transaksi eceran, dan pedagang besar biasanya menjangkau daerah perdagangan yang lebih luas daripada pengecer. Ketiga,

pemerintah berhubungan dengan pedagang besar dan pengecer dengan cara yang berbeda dalam hal peraturan hukum dan pajak.²⁶

b. Pedagang Grosir

Pedagang grosir adalah semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang dan jasa kepada pihak yang membeli untuk di jual kembali atau pemakaian bisnis. Pedagang grosir adalah perusahaan yang terlibat terutama dalam perdagangan grosir²⁷

c. Pedangan Eceran / Pengecer

Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran. Pengecer adalah semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang dan jasa, secara langsung kepada konsumen akhir, untuk pemakaian pribadi. Adapun pengecer adalah bisnis yang penjualannya terutama datang dari pengeceran.

Pengecer terdiri atas dua macam, yaitu pengecer nontoko dan pengecer toko. Pengecer nontoko meliputi penjualan kepada konsumen akhir melalui pengiriman surat langsung, katalog, telepon, internet, acara belanja rumah, televisi, pihak rumah dan kantor, hubungan pintu kepintu, mesin penjualan otomatis dan pedekatannya pejual lainnya.²⁸

²⁶ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 2006, Jilid 2, h.185.

²⁷ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h.148.

d. Importir / Pengimpor

Importir adalah perusahaan yang memiliki fungsi menyalurkan barang dari luar negeri ke negaranya. Eksportir / Pengekspor

Exportir adalah perusahaan yang memiliki fungsi menyalurkan barang dari dalam negara ke negara lain.²⁹

H. Etika Bisnis Islam

3. Pengertian Etika Bisnis Islam

Memahami etika bisnis yang benar di dalam pandangan Islam, terlebih dahulu dijelaskan tentang etika bisnis itu sendiri. Pengertian etika sangat beragam, etika juga sangat dipahami sebagai ilmu yang membahas perbuatan baik dan perbuatan buruk manusia.³⁰ Secara logika arti dari etika bisnis adalah penerapan etika dalam menjalankan bisnis. Tujuan bisnis ini yakni memperoleh keuntungan tetapi harus berdasarkan norma-norma hukum yang berlaku.³¹ Kata etika atau lazim juga disebut etik, berasal dari kata Yunani “*Ethos*” yang dalam bentuk jamaknya adat istiadat atau kebiasaan.³²

Etika di dalam bisnis Islam yang terdiri atas tiga kata yaitu etika, bisnis, dan Islam. Tiga kata tersebut dapat berdiri sendiri dan

²⁹ https://www.google.com/search?q=definisi+pedagang&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:en-US:official&client=firefox-a&gws_rd=ssl#q=pengertian+pedagang, di unduh Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Penerbit III T Indonesia, 2003), h. 130.pada 3 januari 2017.

³⁰ Ahmad Amin, *Etika* (Jakarta: Bulan Bintang, 1995), h.3.

³¹ Suyadi Prawirosentono, MBA, *Pengantar Bisnis Modern*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), h.3.

³² A. Sonni Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relefansinnya*, (Yogyakarta: Kanisius,2005), h.14.

menghasilkan arti yang memiliki banyak manfaat dalam kehidupan kita khususnya masalah ekonomi serta muamalah. Sadono Sukirno mengemukakan etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan (Ilmu) tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).³³

Pengertian di atas dapat dipahami bahwa etika merupakan landasan perilaku manusia yang dijadikan pedoman yang diberlakukan di dalam masyarakat dan mengkaji tentang baik buruknya perilaku manusia yang dapat diterima oleh akal.

Etika bisnis dalam pandangan Islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber pada Al-Quran dan Sunnah Nabi di dalam dunia bisnis perkembangan zaman dengan mempertimbangkan dimensi ruang waktu.³⁴ Bisnis yaitu “usaha komersial dari sudut pandang baik buruk dan benar atau salah menurut ukuran moral, sedangkan etika bisnis Islam adalah ilmu yang membahas perihal usaha ekonomi khususnya perdagangan dari sudut pandang baik buruk serta salah atau benar menurut standar akhlak Islam.³⁵

Bisnis di dalam Islam diartikan sebagai serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi jumlahnya (kuantitas), kepemilikan hartanya (barang atau jasa) dan termasuk

³³ Sandono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Graha Grafindo, 2002), h.391.

³⁴ Muslich, *Etika Bisnis Islam Landasan Filosofis, Normatif dan Subtansi Emplementatif*, (Yogyakarta:Ekonesia, 2004), h.43.

³⁵ Muhammad Amin Summa, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi Dan Keuangan Islam*, (Jakarta: Kholam Publishing, 2008), h.292.

profitnya, namun dibatasi dengan cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haramnya).³⁶

Berdasarkan beberapa uraian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah suatu landasan yang digunakan oleh pelaku bisnis dalam melakukan bisnisnya dengan menerapkan prinsip-prinsip yang terdapat dalam ajaran Islam yang bersumber pada Al-Quran dan Hadist .

a. Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam

Untuk mendapatkan keberkahan atas nilai seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang dijelaskan di dalam Islam, antara lain.

1) Jujur dalam takaran

Islam mengajarkan manusia untuk selalu bersikap jujur karena kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis.³⁷

2) Menjual barang yang baik mutunya

Di dalam bisnis salah satu cacat dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, sehingga dapat diartikan mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Tangung jawab yang diharapkan dapat seimbang antara

³⁶ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), h.18.

³⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), h. 24.

memperoleh keuntungan dan memenuhi norma hukum dan etika bisnis.³⁸

3) Kepemilikan atas barang

Kepemilikan akan materi berarti penguasaan terhadap suatu benda. Manusia hanya diberi hak kepemilikan terbatas sebagai pihak yang diberi wewenang untuk memanfaatkan dan mengelolanya.³⁹

4) Kebebasan

Manusia yang baik adalah mengutamakan kebebasannya dalam kerangka tauhid dan keseimbangan kemudian lahir tanggung jawab manusia sebagai individu dan masyarakat.⁴⁰

5) Membangun hubungan baik

Islam menegaskan agar membangun hubungan baik antara pedagang dengan pedagang lainnya, pedagang dan pembeli agar terjalin hubungan yang baik sehingga tidak terjadi kesenjangan, baik monopoli, oligopoli maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapat.⁴¹

6) Menetapkan harga dengan transparan

Harga yang tidak transparan dapat mengandung penipuan.

Untuk mendapatkan harga yang terbuka dan wajar sangat

³⁸ *Ibid.*, h.26.

³⁹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h.105.

⁴⁰ Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalat*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 83-

⁴¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, h. 29.

dianjurkan dalam Islam agar tidak terjerumus di dalam riba, akan tetapi hak pembeli harus tetap dihormati yang berarti penjual harus bersikap toleran terhadap pembeli.⁴²

4. Etika Bisnis Islam yang Berkaitan dengan Harga

Pada umumnya harga ditetapkan pedagang berdasarkan biaya yang telah dikeluarkan (ongkos, bahan dan alat, upah tenaga kerja, banyaknya waktu/keahlian yang dicurahkan dan sebagainya) serta dan laba atau keuntungan yang diinginkan yang merupakan sumber penghasilan.

Namun beberapa aturan di dalam Islam yang menjelaskan mengenai tatacara di dalam berdagang atau lebih khususnya lagi, membahas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan harga. Pada umumnya Islam tidak setuju dengan semua tindakan yang akan melambungkan harga-harga. Adapun prinsip etika bisnis Islam yang terinspirasi pada prinsip-prinsip Rasulullah di dalam jual beli yaitu :

a. Jujur

Jujur adalah lurus hati, tidak berbohong (misalnya dengan berkata apa adanya), ketulusan (hati), kelurusan (hati), atau sifat yang suka akan kebenaran.⁴³ Untuk menjaga kejernihan jual beli, kejujuran merupakan salah satu hal yang sangat penting.

⁴² *Ibid.*,, h.26.

⁴³ Team Pustaka Phoenix, *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi baru*, (Jakarta: Pustaka Phoenix, 2007), h.178.

Kejujuran merupakan keadaan yang sesungguhnya yang tidak ditutupi dengan kebohongan. Namun jika di dalam jual beli kejujuran bukan berarti kita memberi harga yang sesuai dengan modal yang di keluarkan, akan tetapi tidak berhak mengambil keuntungan yang sewajarnya yang tidak terlalu berlebihan.

Terdapat beberapa perintah mengenai kejujuran yaitu tidak mengambil harga yang terlalu tinggi dengan menipu pembeli atau melakukan sumpah palsu dengan menyebutkan modal yang tidak sesungguhnya dan larangan penipuan (manipulasi harga) kepada pembeli yang tidak mengetahui harga.

b. I'tikad baik

I'tikad artinya kepercayaan, keyakinan yang teguh (kuat). Juga bisa diartikan dengan kemauan dan maksud. Dengan demikian, maka yang dimaksud dengan i'tikat baik ialah kemauan, maksud atau tepatnya keyakinan yang baik untuk melakukan bisnis dan memenuhi hal-hal yang bertalian dengan bisnis. Kemauan, maksud atau keyakinan adalah perbuatan kata hati.⁴⁴

I'tikad baik sangat berkaitan erat dengan niat kita dalam berbisnis. Jika seorang berminat untuk melakukan suatu bisnis dengan niat untuk beribadah kepada Allah SWT. Tentu saja ia akan menjalankan suatu bisnis tersebut dengan niat dan kemauan

⁴⁴*Ibid.*, h.311.

hati yang baik pula, tanpa ada niat untuk mendapatkan suatu yang haram atau berniat untuk mendzalimi orang lain.

c. Kesetian/Kepatuhan

Setia artinya berpegang teguh (pada janji, pendirian dan sebagainya), patuh/taat. Kesetiaan maksudnya keteguhan hati, ketaatan (dalam persahabatan, perhambatan, dan sebagainya) kepatuhan. Patuh artinya penurut, dengar-dengaran, taat pada perintah, peraturan, dan sebagainya), berdisiplin. Sedangkan kepatuhan artinya sifat patuh, keadaan patuh, atau ketaatan.⁴⁵

Rasulullah mengajarkan kepada umatnya hendaknya di dalam berinteraksi seseorang harus taat atau patuh terhadap kesepakatan yang telah di buat bersama tanpa adanya penghianatan, hal ini dicontohkan oleh Rasulullah bahwa Rasul tidak pernah ingkar janji di dalam berbisnis dan di dalam hidupnya.

d. Tangung Jawab

“Tanggung jawab adalah keadaan wajib menanggung segala sesuatu, kalau ada sesuatu hal, boleh dituntut, dipersoalkan dan diperkarakan.”⁴⁶

Tanggung jawab merupakan hal yang sangat penting, dimana kesepakatan yang dibuat harus selalu didasari oleh rasa tanggung jawab sehingga tidak ada yang merasakan khawatir

⁴⁵Team Pustaka Phoenix, *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi baru*, (Jakarta: Pustaka Phoenix, 2007), h.208.

karena hal-hal yang di luar sepengetahuannya yang dapat merugikannya. Sejauh mana tanggung jawab itu adalah sesuai dengan kesepakatan yang telah terjadi.

BAB III

METODE PENELITIAN

E. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian adalah suatu proses mencari sesuatu secara sistematis dalam waktu yang lama dengan menggunakan metode ilmiah serta aturan-aturan yang berlaku⁴⁷.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian jenis lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajarinya sebagai suatu kasus.⁴⁸ Objek penelitian ini adalah Faktor-faktor Penentuan Harga Di tinjau Dari etika Bisnis Islam. Adapun maksud dari penelitian ini yaitu mempelajari secara mendalam tentang bagaimana penentuan harga sembako yang dilakukan pedagang di Pasar Sekampung.

2. Sifat Penelitian

Jenis Penelitian dalam proposal ini bersifat deskriptif kualitatif. Sumadi Suryabrata menyatakan bahwa: “penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk membuat pencandraan

⁴⁷ M. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia ,Cetakan III , 1998), h. 99.

⁴⁸ Suraya Murchitaningrum, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Lampung: Ta’lim Pers, 2012), h.95.

secara sistematis, faktual dan akurat mengenai situasi-situasi atau kejadian”.⁴⁹

Bogdan Taylor sebagaimana yang dikutip oleh Lexy j Moleong mendefinisikan penelitian kualitatif “sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diminati”⁵⁰

Berdasarkan keterangan tersebut di atas dapat dipahami bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang mendeskripsikan data apa adanya dan menjelaskan data atau kejadian dengan kalimat-kalimat penjelasan secara kualitatif.

Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menuturkan data yang mengenai Faktor-faktor Penentuan Harga Di tinjau Dari Etika Bisnis Islam di Pasar Sekampung, yang digambarkan dengan kalimat-kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.

F. Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh.⁵¹ Data merupakan hasil pencatatan peneliti, baik yang berupa fakta ataupun angka. Jadi, data dapat diartikan segala fakta dan angka yang dapat

⁴⁹ Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian Cet Ke-VI*, (Jakarta: Rajawali Press, 1991), h. 18

⁵⁰ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012) h. 4

⁵¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 172.

dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi, sedangkan informasi itu sendiri merupakan hasil pengolahan suatu data yang dapat dipakai untuk suatu keperluan.

Sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli.⁵² Sumber data ini merupakan sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan. Data tersebut meliputi hasil observasi, wawancara antara peneliti dengan orang-orang yang meliputi subjek penelitian. Sumber data primer di dalam penelitian ini terdiri dari 10 orang pedagang, yaitu 4 orang pedagang cabai, 3 orang pedagang ayam, 3 orang pedagang beras. Sehingga mereka menjadi informan untuk untuk mengetahui penentuan harga sembako yang ada di Pasar Sekampung.

Deddy Mulyana dalam bukunya mengatakan “tidak ada kriteria baku mengenai berapa jumlah responden yang harus diwawancarai. Sebagai aturan umum, peneliti berhenti melakukan wawancara sampai data menjadi jenuh. Artinya, peneliti tidak menemukan aspek baru dalam fenomena yang diteliti.”⁵³

⁵² Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 103.

⁵³ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 182.

Jadi dapat dikatakan bahwa dalam penelitian kualitatif jumlah responden tidak harus ditentukan terlebih dahulu, namun besar jumlah data informasi dapat ditentukan oleh pertimbangan-pertimbangan informasi yang diperoleh. Apabila tidak ada informasi baru yang bisa diperoleh maka penarikan data dapat diakhiri.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh melalui buku-buku pustaka yang ditulis orang lain, dokumen-dokumen yang merupakan hasil penelitian dan hasil laporan⁵⁴.

Sumber data sekunder diharapkan dapat menunjang peneliti dalam mengungkap data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, sehingga sumber data primer menjadi lebih lengkap. Adapun yang menjadi acuan sumber data sekunder di dalam penelitian adalah buku-buku yang berkaitan dengan jual beli, harga, dan juga tentang etika bisnis Islam.

G. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode pengumpulan data dengan masalah penelitian yang ingin

⁵⁴ Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2008), h. 93.

dipecahkan. Masalah akan memberi arah dan mempengaruhi metode pengumpulan data.⁵⁵

Pengumpulan data adalah informasi yang didapat melalui pengukuran-pengukuran tertentu untuk digunakan sebagai landasan dalam menyusun argumentasi logis menjadi fakta. Sedangkan fakta itu sendiri adalah kenyataan yang telah diuji kebenarannya secara empirik.⁵⁶ Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan peneliti. Tujuan yang diungkapkan dalam bentuk hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan peneliti. Dalam tehnik pengumpulan data ini, penulis menggunakan tehnik :

1. Observasi

Menurut S.Margono observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.⁵⁷ Observasi atau pengamatan, digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa pengamatan di lapangan tentang segala aktivitas transaksi di Pasar Sekampung termasuk penentuan harga yang terjadi di sana.

⁵⁵ Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 133.

⁵⁶ Abdurrahmat Fathoni, *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Sekeripsi*,(Jakarta: Rineka Cipta, 2006),h.104.

⁵⁷ Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), h. 173.

2. Interview (wawancara)

Wawancara yaitu suatu percakapan tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang duduk berhadapan secara fisik dan diarahkan pada suatu masalah tertentu⁵⁸. Cara yang digunakan peneliti adalah interview bebas terpimpin, karena untuk menghindari pembicaraan yang menyimpang dari permasalahan yang akan diteliti.

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Adapun data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor penentuan harga ditinjau dari etika bisnis Islam

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber-sumber tertulis atau dokumen-dokumen, baik berupa buku-buku, majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.⁵⁹ Dapat dipahami bahwa dokumentasi adalah cara memperoleh informasi dari sumber-sumber tertulis yang telah ada.

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data-data yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini melalui buku-buku, artikel, brosur, surat kabar, internet, dan media lainnya yang berhubungan dengan pokok pembahasan penelitian di Pasar Sekampung.

⁵⁸ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Madar Maju, 1996), h.187.

⁵⁹ Suharsimi Arikunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek.*, h.145.

H. Teknis Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang.⁶⁰

Peneliti menggunakan analisis kualitatif. Analisis kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber dari tertulis atau ungkapan dan tingkah laku yang diobservasi dari manusia.⁶¹

Sedangkan cara berfikir induktif peneliti menggunakan cara berfikir induktif yaitu suatu cara yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, peristiwa konkrit, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.⁶² Pendekatan induktif dimaksudkan untuk membantu pemahaman tentang pemaknaan dalam data yang rumit melalui pengembangan tema-tema yang diikhtisarkan dari data kasar. Berdasarkan keterangan tersebut di atas maka dalam menganalisis data penulis menggunakan data yang telah diperoleh di dalam bentuk uraian-uraian kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yaitu secara khusus dari informasi tentang faktor-faktor penentuan harga di pasar Sekampung.

⁶⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), Edisi Revisi, h.248.

⁶¹ Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta : PT Remaja Rosdakarya, 2004), h.16.

⁶² Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid 1*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1984), h. 4.

BAB IV

TEMUAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Pasar Sekampung

1. Sejarah Berdirinya Pasar Sekampung

Pada awalnya pasar Sekampung berdiri atas usulan masyarakat Sekampung yang mengusulkan dibangunnya pasar, dari pasar desa ke pasar daerah atau pasar tradisional. Hingga saat ini pasar sekampung merupakan pasar daerah nomor dua dari delapan pasar daerah yang berada di daerah Kabupaten Lampung Timur. Pasar ini dibangun di atas tanah peninggalan kolonialisasi pada tahun 1974.⁶³

Tetapi sesungguhnya pasar ini sudah ada sejak tahun 1962. Pada awalnya pasar Sekampung masih menggunakan welit (pasar yang menggunakan atap jerami dan dindingnya dari anyaman bambu), pada waktu itu jumlah pedagang masih sedikit sekali.⁶⁴

Pasar ini sudah mengalami tiga kali perombakan:

- a. Berupa bangunan impres, yaitu bangunan yang berasal dari pemerintah daerah dengan dana bantuan dari dana pusat.
- b. Berupa bangunan swadaya masyarakat yang berbentuk tendanisasi, yaitu bangunan yang dibangun oleh masyarakat

⁶³ Wawancara, dengan bapak Budiman, Pegawai Dinas Pasar Sekampung, pada tanggal 22 Mei 2017.

⁶⁴ Wawancara, dengan ibu Musinah, Warga Asli yang Tinggal di Sekitaran Pasar Sekampung, pada tanggal 22 Mei 2017.

dengan adanya persetujuan dari Kepala Dinas Kabupaten Lampung Timur dan ditunjuk sebagai koordinator yaitu Kepala Unit Pasar Sekampung.

- c. Bangun swadaya masyarakat atas persetujuan Kepala Dinas Pasar Kabupaten Lampung Timur yang berkerja sama dengan pihak pengembang ruko. Pembangunan bangunan ini dibangun pasca kebakaran

Pasar sekampung pernah mengalami kebakaran yaitu pada tanggal 1967 dan pada tahun 2006.⁶⁵ Adapun Kepala Unit pasar yang dapat teridentifikasi yaitu mulai dari tahun 1986, diantaranya sebagai berikut :⁶⁶

NO	TAHUN	Kepala Unit Pasar
1	1986	Mahmud
2	1991	Eko
3	1993	Zamaludin Yunus, S.Sos
4	2000	Ahmad Subani
5	2002	Rukimin
6	2005	H. Yuri Hermansyah
7	2007	Usmam Wijar
8	2007	Abdul Manaf

⁶⁵Wawancara, dengan bapak Budiman, Pegawai Pasar Sekampung, pada tanggal 22 Mei 2017.

⁶⁶Dokumentasi Dinas Unit Pasar Sekampung, pada tanggal 22 Mei 2017.

9	2008	M. Nur, BA
10	2009	M. Ridwan
11	2011	Hamdayono
12	2012	Suyatno
13	2013-sekarang	M. Nur, BA

2. Letak Geografis Pasar Sekampung

Pasar Sekampung dibangun di dusun IV Desa Subergede di atas lahan seluas 27.243 m² yang disahkan pada berita acara pengukuhan tanah Pasar Sekampung Kabupaten Lampung Tengah (waktu itu).

Berita acara ini dibuat pada tanggal 20 Desember 1992 yang ditandatangani oleh kepala dinas pasar Sumbergede, Pejabat Kecamatan sekampung, yaitu Kepala Unit pasar Sekampung, berserta pamong desa Sumbergede Kecamatan Sekampung sebagai saksi-saksi.

Adapun pasar Sekampung mempunyai batas-batas sebagai berikut:⁶⁷

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan jalan raya Lembayung.
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan jalan raya Mataram dan Polsek Sekampung.

⁶⁷ Dokumentasi, Dinas Unit Pasar Sekampung, pada tanggal 22 Mei 2017.

- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan jalan raya Kantor Pos Sekampung dan desa Giri klopomulyo.
 - d. Sebelah Barat berbatasan dengan jalan raya Soekarno Hatta (tanah Puskesmas) dan Kantor Kecamatan Sekampung.
3. Sarana dan Prasarana yang ada di Pasar Sekampung.⁶⁸
- a. Kantor Kepala Unit :1 Unit
 - b. Kantor Satpam :2 Unit
 - c. Toko kios Los/impres :178 Unit
 - d. Tendanisasi :325 Unit
 - e. Grobak Sampah :6 Unit
 - f. Kamar mandi :4 Unit
 - g. Pegawai Negeri :3 Orang
 - h. Juru Salar :5 Orang
 - i. Petugas Kebersihan :11 Orang
 - j. Satpam :10 Orang

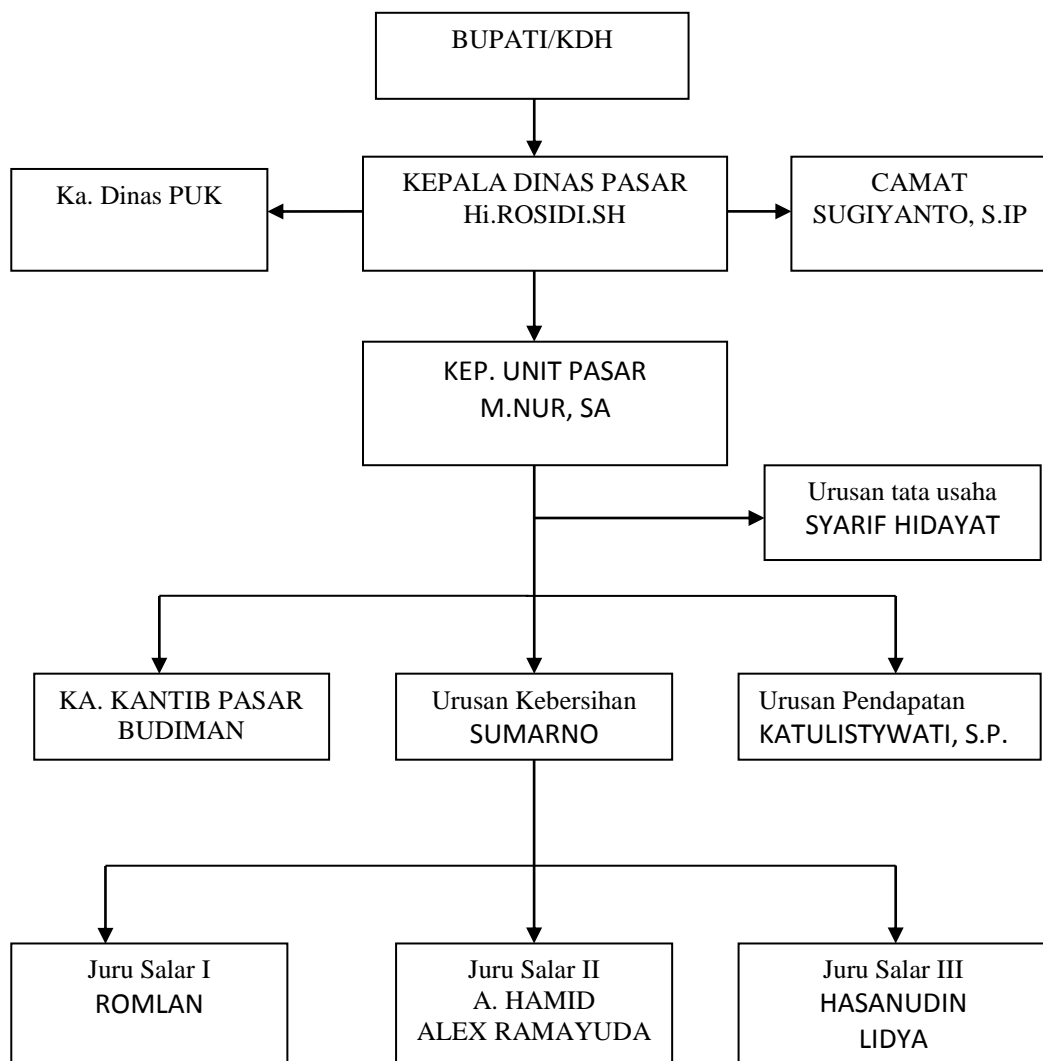
⁶⁸ Dokumentasi, Dinas Unit Pasar Sekampung, pada tanggal 22 Mei 2017.

4. Struktur Kepengurusan Dinas Pasar Sekampung

SUSUNAN ORGANISASI
PRNGELOLAAN PASAR DALAM DAERAH
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR⁶⁹

Dibawah ini Naungan Kepala Dinas Perindustrian dan

Perdagangan



⁶⁹ Dokumentasi, Dinas Unit Pasar Sekampung Susunan Pengurus Pengelolaan Pasar Sekampung, pada tanggal 22 Mei 2017.

Menurut bagan susunan kepengurusan Dinas Pasar Sekampung di atas dapat diketahui bahwa pengelolaan Pasar Sekampung di bawah naungan Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lampung Timur. Bupati KDH membawahi Kepala Bidang Pasar Hi.Rosidi, SH dan diawasi oleh Kepala Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten, kemudian Kabit Pasar Membawahi Kepala Unit M.Nur BA dan diawasi oleh Camat Sekampung Sugiyanto, S.IP. Kepala Unit Pasar membawahi seluruh struktur organisasi Pasar Sekampung seperti urusan Tata Usaha, Kepala Keamanan dan Ketertiban Pasar, Urusan Kebersihan, Urusan Pendapatan, Juru Salar.

5. Jumlah Pedagang dilihat dari Jenis Barang yang diperdagangkan

Jumlah pedagang dilihat dari jenis barang yang diperjual belikan dapat dibedakan menjadi:

- | | |
|---|--------------------------------------|
| a. Toko Emas | :7 Buah |
| b. Toko Pakaian | :124 Pedagang |
| c. Toko Sembako | :130 Pedagang |
| d. Toko Sepatu | :15 Pedagang |
| e. Toko Buku | :8 Pedagang |
| f. Toko Becah Belah | :12 Pedagang |
| g. Toko Makanan Ringan | :10 Pedagang |
| h. Hamparan (pedagang sayuran dan pedagang baju obral): | mencapai 200 pedagang. ⁷⁰ |

⁷⁰ Dokumentasi, Dinas Unit Pasar Sekampung, pada tanggal 22 Mei 2017.

B. Faktor-Faktor Penentuan Harga Sembako ditinjau dari Etika

Bisnis Islam.

Sebagai tindak lanjut dan lebih memperdalam suatu informasi yang sebelumnya telah didapat, peneliti kembali melakukan observasi kepada para pedagang yang telah ditentukan sebagai sample dengan melakukan tes ini sebagai pembeli yang akan membeli bahan-bahan sembako yang ada di Pasar Sekampung dengan barang yang sama tetapi harga berbeda. Begitu pula yang terjadi di Pasar Sekampung yang melakukan penentuan harga, faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga di Pasar Sekampung dari faktor internalnya keuntungan yang didapatkan lebih besar dari barang yang jual, sedangkan dari faktor eksternalnya para pedagang di Pasar Sekampung pada umumnya melakukan penentuan harga yang tinggi sudah menjadi kebiasaan, Kemudian dilanjutkan dengan melakukan wawancara kepada para pedagang.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, secara garis besar para pedagang menentukan harga yang berbeda-beda pada setiap pembeli, dan atau setiap pedagang memberikan harga yang berbeda pada satu produk yang sama jenisnya, mereknya dan ukurannya tergantung dari kondisi pembeli dan situasi pembeli. Tidak hanya, tawaran yang begitu tinggi untuk pembeli juga peneliti rasakan harga yang ditawarkan kadang berbeda dan barang tidak sesuai. Bahkan pada setiap pembeli selalu berbeda-beda tawarannya yang pedagang

tawarkan. Hal ini yang membuat harga pasti suatu barang tertentu menjadi tidak jelas.

Adapun hasil wawancara yang peneliti dapatkan kepada pedagang sembako di Pasar Sekampung dan konsumen yang membeli sembako di Pasar Sekampung yaitu sebagai berikut:

Narasumber pertama yaitu pedagang cabai yang bernama bapak Rianto, narasumber mengatakan bahwa Ia sudah menjadi pedagang cabai di Pasar Sekampung kurang lebih 5 tahun, bapak Rianto mengakui bahwa tidak mengetahui aturan dalam penentuan harga yang Ia tau mendapatkan keuntungan yang besar apapun yang Ia lakukan, karena baginya kebutuhan hidupnya sangat besar, dengan cara menentukan harga setinggi-tingginya. Harga yang berbeda selalu Ia tawarkan kepada konsumen yang berbeda, harga miring (standar) biasanya Ia tawarkan kepada pelagan atau kerabat dekat saja. Selain ini penawaran dilihat dari pembelinya. Tidak dapat dipastikan, karena setiap pembeli berbeda tawarnya.

Bapak Rianto memberikan tawaran yang tinggi atau berbeda-beda baginya merupakan sebuah taktik untuk memperoleh keuntungan yang besar. Bapak Rianto mengakui bahwa ia pernah megambilan keuntungan sampai $1/3$ modal pada hari-hari besar, karena sesungguhnya Ia mengakui bahwa tidak selalu disebabkan oleh keuntungan yang besar, karena keuntungan yang besar merupakan faktor utama penentuan harga namun ada faktor-faktor lain yaitu

barang yang rusak untuk menutupi kerugian Ia menaikkan harga barang yang lain.⁷¹

Menurut ibu Prapti, pedagang beras yang sejak tahun 2002 berdagang di Pasar Sekampung, Ia mengaku tau bahwa aturan Islam dalam menetapkan harga, namun karena tuntutan ekonomi Ia merasa memperoleh keuntungan tinggi merupakan hal yang wajar walaupun selalu menentukan harga penawaran yang berbeda kepada setiap konsumennya, untuk memperoleh keuntungan yang tinggi baginya hal itu sah-sah saja. Biasanya Ia memberikan penawaran kepada setiap konsumen dua kali harga pokok, dan itu sudah Ia jalani dari dulu, baginya itu merupakan cara ampuh untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi, karena bagi konsumen yang tidak pandai menawar membuatnya semain beruntung, Ia mengatakan tidak pernah mengambil keuntungan lebih dari 1/3 modal yang Ia keluarkan.

Alasan menaikkan harga atau tidak memberikan harga yang jelas bagi konsumen yaitu untuk keuntungan yang diinginkannya, sepinya para pembeli banyaknya saingan, jumlah modal yang berbeda membuat ia menentukan harga yang berbeda-beda pada setiap jenis produk yang Ia jual.

Sedangkan menurut pedagang ibu Ratmi, yang mengaku sudah berdagang tiga tahun lebih di Pasar sekampung, Ia memang kurang tahu mengenai penentuan harga di dalam Islam, namun Ia

⁷¹ Wawancara, bapak Rianto, Pedagang cabai di Pasar Sekampung, pada tanggal 24 Mei 2017.

berusaha tidak merugikan orang lain, Ia sudah mematok harga pada setiap barang yang Ia jual dengan harga standar, Ia mengaku memang Ia memberikan penawaran bagi setiap pembeli akan tetapi keuntungan harga yang Ia tawarkan tidak terlalu tinggi hanya berkisaran 50% dari harga standar. Alasan memberikan tawaran yang melebihi harga standar dikarenakan menginginkan keuntungan yang lebih tinggi hal itu juga dipengaruhi oleh pembeli, tergantung pembeli itu pandai menawar atau tidak.⁷²

Lain halnya pendapat ibu Girah yang sudah menjadi pedagang daging ayam di Pasar Sekampung empat tahun yang mengakui kurang paham tentang penentuan harga menurut ekonomi Islam, namun Ia juga sering memberikan tawaran harga yang tinggi kepada setiap konsumen yang akan berbelanja di warungnya, dan Ia mengakui di Pasar ini memang ada harga standar pada perkilo daging ayam namun jika sedang beruntung ada juga pembeli yang membayar lebih dari harga standar, itu cuman dagingnya saja yang Ia jual, Ia menjelaskan kebanyakan pembeli tidak sama dalam menetapkan harga sehingga kadang ibu Girah menjual jeroan ayam, ceker dan kepala terpisah, maka Ia akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar, Ia mengambil keuntungan setiap satu ayam sekitaran Rp 10.000- Rp 15.000 menurutnya itu sudah harga standar. Ia mengatakan bahwa Ia tidak pernah mengambil keuntungan lebih dari 1/3 modal yang Ia

⁷² Wawancara, ibu Ratmi, Pedagang Beras di Pasar Sekampung, pada tanggal 24 Mei 2017.

keluarkan. Alasan memberikan tawaran lebih dari harga standar adalah untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi, hal ini juga dipengaruhi oleh pembeli pandai tidaknya dalam menawar daging ayam yang Ia jual.⁷³

Sama halnya yang dilakukan ibu Tarsih yang sudah menjadi pedagang di Pasar Sekampung 4 tahun, juga melakukan hal yang sama, Ia tidak tau mengenai aturan penentuan harga yang ada di Islam, hal yang Ia tau jual beli itu terjadi atas suka sama suka, selama pembeli menyetujui harga yang Ia ditawarkan baginya sah-sah saja. Ia mengakui bahwa akhir-akhir ini penjualannya sepi, kebanyakan masyarakat lebih memilih berbelanja di Pasar Metro, karena di Pasar Metro harga lebih murah, Pasarnya juga jauh lebih besar dari Pasar Sekampung hal ini yang membuat dagangannya sepi, di dalam berdagang Ia mengakui mendapat keuntungan yang tidak terlalu tinggi dari harga standar, dan Ia juga tidak pernah mengambil keuntungan lebih dari 1/3 dari modal yang Ia keluarkan.⁷⁴

Peneliti melakukan wawancara kepada ibu Tatik selaku sebagai konsumen, ibu Tatik mengakui bahwa Ia pernah membeli suatu barang dengan harga tinggi dari harga pasar yang ada di Pasar Sekampung, Ia mengatakan bahwa Ia kurang mengetahui jika harga yang pedagang tawarkan itu adalah harga standar yang ada di Pasar

⁷³ Wawancara, ibu Girah, Pedagang Ayam di Pasar Sekampung, pada tanggal 24 Mei 2017.

⁷⁴ Wawancara, ibu Tarsih, Pedagang Sembako di Pasar Sekampung, pada tanggal 25 Mei 2017.

padahal Ia sudah menawar harga tersebut ternyata setelah Ia tanyakan kepada toko lain harga barang tersebut lebih tinggi dan tidak sesuai kenyataan yang pedagang tawarkan, dan ibu Tatik kurang tahu barang yang kualitas baik tau tidak baik karena barang yang ibu Tatik beli itu hampir sama, dan pedagang mengatakan bahwa barang tersebut kualitasnya bagus. Tetapi ternyata barang itu dioplos dengan barang yang baik dengan barang yang tidak baik.⁷⁵

Peneliti melakukan wawancara kepada ibu Eka sebagai konsumen di salah satu toko, bahwa pedagang berlaku tidak jujur atas barang yang ditawarkan kepadanya, dan ibu Eka mengakui pernah membeli barang yang lebih tinggi dari harga pasar, karena Ia tidak mengetahui harga standar yang ada di Pasar Sekampung Ia percaya langsung kepada pedagang bahwa harga yang ditawarkan oleh pedagang ialah harga rata-rata yang ada di Pasar sekampung, ibu Eka juga mengetahui kualitas barang mana yang baik dan mana yang tidak baik, tetapi pada kenyataanya pedagang tersebut mencampur barang yang baik dengan barang yang tidak baik dang engatakan kepada ibu Eka bahwa barang tersebut baik.⁷⁶

⁷⁵ Wawancara, ibu Tatik, Sebagai Konsumen di Pasar Sekampung, pada tanggal 24 Mei 2017.

⁷⁶ Wawancara, ibu Eka, Sebagai Konsumen di Pasar Sekampung, pada tanggal 25 Mei 2017.

C. Analisis faktor-faktor penentuan harga sembako di Pasar Sekampung

Berdasarkan hasil dari wawancara yang peneliti lakukan kepada pedagang dan konsumen di Pasar Sekampung, maka penganalisisan ini difokuskan kepada faktor-faktor penentuan harga di Pasar Sekampung.

Secara garis besar pedagang menginginkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan menentukan harga yang tinggi pada setiap pembeli pada produk yang sama jenisnya, merek dan ukurannya tergantung dari kondisi dan situasi si pembeli dan pedagang saat itu. Selain itu juga ada penyebab pedagang menentukan harga tinggi dikarenakan adanya barang yang rusak sehingga untuk menutupi kerugian tersebut dengan menaikkan harga barang yang lain, sepiunya para pembeli dan banyaknya saingan yang ada di Pasar Sekampung dan jumlah modal yang berbeda. Kepandaian pembeli dalam menawar harga suatu barang tertentupun dapat mempengaruhi harga suatu barang.

Menurut Ibn Tamiyah harga ditwntukan oleh permintaan dan penawaran. Ia mengatakan bahwa naik turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebai orang yang terlihat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, permintaan

meningkat dan sedang penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik, begitu pula sebaliknya. Kelangkaan atau melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil.⁷⁷

Sedang penetapan harga menurut M. Yacob Ibrahim dapat ditentukan dengan cara:

a. Dengan Menetapkan Keuntungan

Penetapan harga jual dari produksi pada hakikatnya dihitung dengan cara menjumlahkan biaya produksi atau harga produk pembelian barang perunit serta beban biaya tetap perunit dan menentukan besarnya jumlah keuntungan yang diinginkan.⁷⁸

Adapun pertimbangan yang untuk menetapkan harga antara lain

- 1) Bagi pedagang mencegah yaitu biaya harga beli dan pemasaran yang terdiri dari ; transportasi, penyimpanan, pungutan, resiko, biaya lain dan keuntungan yang mereka inginkan.
- 2) Bagi pedagang pengecer harga beli dan pemasaran yang terdiri dari pungutan, pendinginan dan resiko lainnya.⁷⁹

a. Dengan Anggaran Biaya Produksi

Penetapan harga melalui perhitungan komponen biaya dihitung melalui seluruh biaya (*total cost*) yang dibebankan

⁷⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid II*, (Jakarta: Prenhalindo, 1997) h.144.

⁷⁸ M. Yacob Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, (Jakarta: PT Renika Cipta, 2001), h.112.

⁷⁹ *Ibid.*, h. 110.

untuk produk biaya tersebut. Untuk menentukan biaya per unit dari produk yang di hasilkan dapat dihitung dari tiga jenis biaya, yaitu :

- 1) Biaya bahan baku
- 2) Biaya tenaga kerja langsung
- 3) biaya overhead pabrik

Jika penentuan harga yang ada di Pasar Sekampung sesuai dengan pentuan harga pada teori tersebut dapat dipastikan tidak akan ada perbedaan harga yang terlampau tinggi, jikalau pun adanya penentuan harga tersebut masih normal ataupun wajar terjadi, akan tetapi besar keinginan pedagang untuk memperoleh keuntungan yang tinggi menyebabkan terjadinya perbedaan harga yang dirasakan oleh pembeli, dari hasil observasi dan wawancara kepada pedagang sembako yang ada di Pasar Sekampung menjelaska bahwa pedagang sembako menaikkan harga pada pembeli semata-mata hanya karena ingin mendapatkan keuntungan yang tinggi dengan mengambil kesempatan akan ketidaktahuan pembeli akan harga atau ketidak pedulian pembeli dalam menerka harga standar pada produk tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis data penelitian, diambil kesimpulan bahwa faktor utama penentuan harga yang terjadi di Pasar Sekampung berbedanya jumlah keuntungan yang diinginkan penjual terhadap beberapa pembeli, kepandaian pembeli dalam menawar, perbedaan modal dan cara mendapatkan barang tersebut serta mengikuti pedagang lainpun menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi penentuan harga sehingga penjualan satu jenis barang yang sama maupun mereknya harga yang ditetapkan berbeda-beda.

Perbedaan yang terjadi di dalam menentukan harga dapat dikatakan melebihi standar, karna banyak penjual yang berusaha mengambil keuntungan dua kali lipat dari harga standar.

B. Saran

Dari kesimpulan di atas, peneliti mencoba untuk memberikan saran guna terwujudnya keseimbangan pasar yang jernih dan berazaskan Islam, berikut saran yang peneliti tunjukan kepada pedagang di Pasar Sekampung

1. Hendaknya para pedagang dipasar sekampung lebih memahami dan mempraktekan aturan Etika Bisnis di dalam Islam.

2. Para pedagang hendaknya melakukan jual beli dengan jujur dan terbuka serta menentukan harga yang jelas, sehingga dengan rukun jual beli.
3. Sebailnya para pedagang tidak hanya memikirkan diri sendiri akan tetapi memikirkan perasaan orang lain sehingga tidak terjadi keinginan untuk melakukan penipuan dalam jual beli dengan mencari kesempatan memperoleh keuntungan besar dari ketidaktahuan pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manna, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: 1997.
- Abdurahmat Fathoni, *Metodeologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Sekripsi*, Jakarta: Reneka Cipta, 2006.
- Abu a A'la Maudadi, *Dasar-Dasar Etika Dalam Islam dan Berbagai Sistem*
- Ahmad Amin, *Etika* Jakarta: Bulan Bintang, 1995.
- Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2008
- Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta : PT Remaja Rosdakarya, 2004
- Dr. H. Nana Herdiana Abdurrahman, S.E., Ak., M.M. *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung : CV Pustaka Setia, 2015.
- Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Kartini Kartono, *Pengantar Metologi Riset Sosial*, Bandung: Madar Maju, 1996.
- Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- M. Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, Cetakan III, 1998.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi syariat Perdanaan media group*, 2012 Masakini, Bandung: Penerjemah Asuasiali, Al-maarif, 1980.
- Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, Jakarta: Bumi aksara, 2002.
- M. Yacob Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, Jakarta: PT Renika Cipta, 2001
- Muhammad Amin Summa, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi Dan Keuangan Islam*, Jakarta: Kholam Publisihing, 2002.

- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Nuhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema, 2002.
- Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalat*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
- Muhammad , *Etika Bisnis Islam Landasan Filosofis, Normatif, dan Subtansi Emplementatif*, Yogyakarta : Ekonosia, 2004.
- Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 2006, Jilid 2.
- Sandono Sukiro, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Yogyakarta: Rnika Cipta, 2010.
- Sumdi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian Cet Ke-VI*, Jaklarta: Rajawali Press, 1991
- Surya Murctaningrum, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*, Lampung: Ta'lim press, 2012.
- Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid I*, Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1984.
- Suyadi Prawirosentono, *MBA, Pengantar Bisnis Modern*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002.

Team Pustaka Phoenix, Kamus besar Bahasa Indonesia edisi baru, Jakarta:

Pustaka Phoenix, 2007.

[https://www.google.com/search?q=definisi+pedagang&ie=utf-8&oe=utf-](https://www.google.com/search?q=definisi+pedagang&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:en-US:official&client=firefox-a&gws_rd=ssl#q=pengertian+pedagang)

[8&aq=t&rls=org.mozilla:en-US:official&client=firefox-](https://www.google.com/search?q=definisi+pedagang&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:en-US:official&client=firefox-a&gws_rd=ssl#q=pengertian+pedagang)

[a&gws_rd=ssl#q=pengertian+pedagang](https://www.google.com/search?q=definisi+pedagang&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:en-US:official&client=firefox-a&gws_rd=ssl#q=pengertian+pedagang) diunduh pada 3 Januari 2017.

<http://manajemen.blogspot.com/2015/04/strategi-penetetapan-harga.html> diunduh

pada 18 November 2016.

FAKTOR-FAKTOR PENENTUAN HARGA DI
TINJAUAN DARI ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Pedagang Sembako Di Pasar Sekampung)

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL DEPAN
HALAMAN JUDUL
HALAMAN ABSTRAK
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN NOTA DINAS
HALAMAN PENGESAHAN
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN
HALAMAN MOTTO
HALAMAN PERSEMBAHAN
HALAMAN KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Yang Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Pengertian Harga
 - 1. Harga Menurut Islam
 - 2. Harga Secara Umum
 - 3. Ketentuan Harga
 - 4. Penentuan Harga di Bawah dan Atas Harga Pasar
 - 5. Faktor-Faktor penentuan Harga
 - 5.1 Teori Permintaan
 - 5.2 Teori Penawaran
 - 5.3 Teori Penetapan Harga

- B. Pedagang
 - 1. Pengertian Pedagang
 - 2. Macam-macam Pedagang
- C. Etika Bisnis Islam
 - 1. Pengertian Etika Bisnis Islam
 - 2. Etika Bisnis Islam yang Berkaitan dengan Harga

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL TEMUAN PENELITIAN

- A. Gambaran umum tentang Pasar Sekampung
- B. Letak Geografis Pasar Sekampung
- C. Penentuan Harga sembako di Pasar Sekampung ditinjau dari etika bisnis Islam
- D. Analisis faktor-faktor penentuan harga sembako di Pasar Sekampung ditinjau dari etika bisnis Islam

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

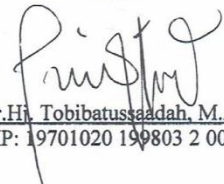
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, Maret 2017


Penulis


Fariyuntika
NPM: 1287794

Pembimbing I


Dr. Hj. Tobibatussadah, M. Ag
NIP: 19701020 199803 2 002

Pembimbing II


H. Azmi Siradjuddin, Lc. M. Hum
NIP: 19650627 200112 1 001

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

FAKTOR-FAKTOR PENENTUAN HARGA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS
ISLAM

(Studi Kasus Pedagang Sembako Di Pasar Sekampung)

A. Interview Atau Wawancara

1. Wawancara Kepada Pedagang

- a. Sudah berapa lama bapak menjadi pedagang sembako?
- b. Bagaimana sikap yang anda lakukan ketika menentukan harga jika pembeli menawar harga barang yang anda jual ?
- c. Berapakan anda mengambil keuntungan dari setiap barang yang anda jual?
- d. Pernahkah anda mengambil keuntungan lebih dari 1/3 modal yang anda keluarkan, untuk satu produk untuk yang anda jual?, jika pernah kapan anda melaukannya dan siapa target anda ?
- e. Apakah alasan anda mengambil keuntungan lebih dari 1/3 modal dari barang yang anda jual ?

2. Wawancara Kepada Pembeli


- a. Apakah ibu pernah membeli barang dengan harga di atas harga pasar?
- b. Apa respon ibu jika anda menyadari bahwa harga yang anda ambil adalah harga di atas rata-rata?
- c. Apa ibu mengetahui perbedaan barang yang berkualitas baik dengan yang tidak baik?

B. Dokumentasi

1. Data-data yang berkaitan dengan sejarah Pasar Sekampung.
2. Tentang struktur kepengurusan pengelolaan Pasar Sekampung.

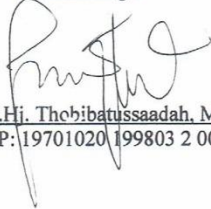
Metro, Maret 2017

Penulis



Fariyuntika
NPM: 1287794

Pembimbing I



Dr. Hj. Thebibatussaadah, M. Ag
NIP: 19701020 199803 2 002

Pembimbing II



H. Azmi Siradjuddin, Lc. M. Hum
NIP: 19650627 200112 1 001



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : Sti.06/J-SY/PP.00.9/1288/2016
 Lampiran : -
 Perihal : Pembimbing Skripsi

Metro, 17 Oktober 2016

Kepada Yth:

1. Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
2. H. Azmi Siradjuddin, Lc.,M.Hum

di -

Metro

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Untuk membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II skripsi mahasiswa :

Nama : Fariyuntika
 NPM : 1287794
 Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
 Prodi : Ekonomi Syariah (ESy)
 Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Di Pasar Sekampung Lampung Timur Dalam Menentukan Harga Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Sekampung Kecamatan Sekampung Lampung Timur)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai selesai skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang dikeluarkan oleh STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2013
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1962/In.28/R.1/TL.00/04/2017
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA DINAS PASAR
SEKAMPUNG
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1961/In.28/R/TL.01/04/2017, tanggal 05 April 2017 atas nama saudara:

Nama : **FARIYUNTIKA**
NPM : 1287794
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di DINAS PASAR SEKAMPUNG, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR PENENTUAN HARGA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR SEKAMPUNG)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 05 April 2017
Kepala Sektor Bidang Akademik
dan Kemahasiswaan,

Drs. Sunardi, S.Ag, MH
0011999031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
 Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1961/In.28/R.1/TL.01/04/2017

Wakil Rektot Bidang Akademik dan Kelembagaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro,
 Menugaskan Kepada Saudara:

Nama : FARIYUNTIKA
 NPM : 1287794
 Semester : 10 (Sepuluh)
 Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di DINAS PASAR SEKAMPUNG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR PENENTUAN HARGA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR SEKAMPUNG)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
 Pada Tanggal : 05 April 2017





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pustaka.metrouniv.ac.id; e-mail: pustaka.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-864/ln.28/S/OT.01/07/2017

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : FARIYUNTIKA
NPM : 1287794
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2016 / 2017 dengan nomor anggota 1287794.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 10 Juli 2017
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808511981031001



**KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA STAIN
JURAI SIWO METRO**

Nama : Fariyuntika

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Syariah

NPM : 1287794

Semester / T A : IX / 2015

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Pabau 11-01-2017	<ul style="list-style-type: none"> - Gunakan bahasa ilmiah yang baik dan benar berdasarkan EFP! - Tanya penerapan masalah kutuba ke 7. - Kata-kata yang ditulis miring dan diberi arti. - Jangan mengunakan kata "khalifah" - Gunakan kata "pemerintah" bukan "penguasa". - Tanya Perli tika sama dengan Partisan Perli tika 	<p align="center">H</p> <p align="center">H</p> <p align="center">C</p> <p align="center">A</p> <p align="center">C</p> <p align="center">C</p>

Diketahui :
Dosen Pembimbing II

H. Azmi Siradjuddin, Lc., M.Hum
NIP. 196506272001121001

Mahasiswa ybs,

Fariyuntika
NPM.1287794



**KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id



**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA STAIN
JURAI SIWO METRO**

Nama : Fariyuntika

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Syariah

NPM : 1287794

Semester / T A : IX / 2016

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat 19-08-2017	<p>Tata letak huruf dan tanda menyandi apostroph (') Coba : - syaria'ah : X - syariah : C - al-Qur'an : X - al-Quran : C</p>	 

Diketahui :
Dosen Pembimbing II



H. Azmi Siradjuddin, Lc., M.Hum
NIP. 196506272001121001

Mahasiswa ybs,



Fariyuntika
NPM.1287794



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 Jalan. Khi hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296
 website: www.metrouniv.ac.id Email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
 NPM : 1287794 Semester / TA: IX / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	26-03-2017	Azmi.	- Bab I, II, dan III di HCC untuk ditranskrip ke pembimbing I	//

Diketahui :
Dosen Pembimbing II


H. Azmi Siradjuddin, Lc., M. Hum
 NIP. 196506272001121001

Mahasiswa ybs.


Fariyuntika
 NPM. 1287794



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 Jalan. KHi hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296
 website: www.metrouniv.ac.id Email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
 NPM : 1287794 Semester / TA: IX / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing <u>II</u>	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20-3-2017	Azmi.	- Lampiran Paket pustaka -	

Diketahui :
 Dosen Pembimbing II

Mahasiswa ybs,

H. Azmi Siradjuddin, Lc., M. Hum
 NIP. 196506272001121001






Fariyuntika
 NPM. 1287794



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 Jalan. Khi hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296
 website: www.metrouniv.ac.id Email : jainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
 NPM : 1287794 Semester / TA: IX / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20-3-2017	Azmi	<ul style="list-style-type: none"> - Perhatikan teks yang baik dan benar berdasar Ka BPP. - H. 3 - margin kanan harus simetris - Kata asing harus miring dan berhuruf kecil - Cek. keti. jnsn di warna bintang Himp. kons kitan h. 24. - Sumber data primer 10 orang. 	    

Diketahui :
 Dosen Pembimbing II



H. Azmi Siradjuddin, Lc., M. Hum
 NIP. 196506272001121001

Mahasiswa ybs,



Fariyuntika
 NPM. 1287794



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 Jalan. Khi hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296
 website: www.metrouniv.ac.id Email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
 NPM : 1287794 Semester / TA: IX / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	05-04-2017	Azmi	- out line dan Ayo 2. Acc	↗

Diketahui :
 Dosen Pembimbing II

H. Azmi Siradjuddin, Lc., M.Hum
 NIP. 196506272001121001

Mahasiswa ybs,

Fariyuntika
 NPM. 1287794



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: www.metrouniv.ac.id Email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika Jurusan/Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam/ESy

NPM : 1287794 Semester/TA : IX/ 2016-2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	30/2017 /5	<ul style="list-style-type: none"> - Perhatikan tulisan yang baik dan bus beresakan E.T.P. - Cat rangkai ulang wawacan di paragraf. - Paragraf nomor 7 tidak ada - Perhatikan huruf kapital - Dengan menambahkan kata dari 2: 21 per kali-ma 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ ✓ ✓

Diketahui :
Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

H. Azmi Siradjuddin, Lc., M.Hum
NIP. 196506272001121001

Fariyuntika
NPM. 1287794





**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: www.metrouniv.ac.id Email : iainmetro@metrouniv.ac.id


FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika Jurusan/Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam/ESy
NPM : 1287794 Semester/TA : IX/ 2016-2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	6/6 2017	- Bab IV dan V Sub Evaluasi - <u>SP. Account</u> ditanyakan la pembimbing I	 

Diketahui :
Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.


H. Azmi Siradjuddin, Lc., M.Hum
NIP. 196506272001121001

Fariyuntika
NPM. 1287794



**KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id



**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA STAIN
JURAI SIWO METRO**

Nama : Fariyuntika

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Syariah

NPM : 1287794

Semester / T A : IX / 2016

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 26-01-2017	- Bab I, II dan III Pro- posal ini sudah 2. parikhs . - di ACC untuk ditentukan ke pembimbing	 

Diketahui :
Dosen Pembimbing II



H. Azmi Siradjuddin, Lc., M.Hum
NIP. 196506272001121001

Mahasiswa ybs,


Fariyuntika
NPM.1287794



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 Jalan. Khi hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296
 website: www.metrouniv.ac.id Email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
 NPM : 1287794 Semester / TA: IX / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	5/4 2017	✓	Bab I & II - Oras tulis & tata kalimat diperbaiki ① penelitian Relehan perbaiki ② Pertanyaan penelitian dan tujuan perbaiki ③ kutipan di benahi setiap selesai mengutip tulis sumber nya -	<i>Fariyuntika</i>

Diketahui :
 Dosen Pembimbing I

Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
 N.P. 19701020 199803 2 002

Mahasiswa ybs,

Fariyuntika
 NPM. 1287794



**KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam

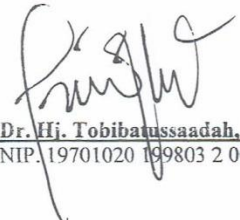
NPM : 1287794

Semester / T A : IX/ 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			<p>⑤ semua kutipan berikan catatan kaki!</p> <p>⑥ jenis penelitian, kenapa kegadai syariah? Apa sebenarnya yg saudara tulis?</p> <p>⑦ Sifat penelitian perbaikan</p> <p>⑧ Benahi sumber data primer</p> <p>⑨ Teknik interview benahi</p>	

Diketahui :
Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,


Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
 NIP. 19701020 199803 2 002


Fariyuntika
 NPM. 1287794



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Meiro Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam

NPM : 1287794

Semester / T A : IX / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	21/2/2017	-	<p>① judulnya Berbeli- belit-</p> <p>② Teori tentang penetapan harga berkaitan dengan wewenang siapa untuk menetapkan harga dalam h.a.</p> <p>③ Pemakaian kata di dalam dan dalam bentuk ya ruku'</p> <p>④ Tambah buku referensi untuk membantu proses</p>	

Diketahui :
Dosen Pembimbing I

Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
 NIP. 19701020 199803 2 002

Fariyuntika
 NPM. 1287794



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 Jalan. Khi hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296
 website: www.metrouniv.ac.id Email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
 NPM : 1287794 Semester / TA: IX / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/4 -2017	✓	Bab I - tala fals diperbaiki! Bentuk huruf & catatan kecil! Bab II hukum para ibid. perbay referensi Teori tentang struktur penent harga belum naiklah!	

Diketahui :
 Dosen Pembimbing I

Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
 NIP. 19701020 199803 2 002

Mahasiswa ybs,

Fariyuntika
 NPM. 1287794



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 Jalan. Khi hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296
 website: www.metrouniv.ac.id Email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika

Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy

NPM : 1287794

Semester / TA: IX / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/2017 /4	<i>Tobiat</i>	Teori penentuan sumber data belum ada. Interview nya model interview apa ? dan harus kepend informan !	<i>Fariyuntika</i>

Diketahui :
Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs.

Tobiat
Dr. Hj. Tobiatussaadah, M.Ag
 NIP. 19701020 199803 2 002

Fariyuntika
Fariyuntika
 NPM. 1287794



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 Jalan. Khi hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296
 website: www.metrouniv.ac.id Email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika
 NPM : 1287794

Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
 Semester / TA: IX / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			<p>③. pemusatan dengan baik, semaksimal itu apa saja, sehingga tidak salah dalam menentukan sumber data primer!</p> <p>④ jelaskan juga observasi seperti apa yg akan dilakukan dalam pengumpulan data</p>	

Diketahui :
 Dosen Pembimbing I

Dr. Hi. Tobibatussadah, M.Ag
 NIP. 19701020199803 2 002

Mahasiswa ybs,
 Fariyuntika
 NPM. 1287794



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 Jalan. Khi hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296
 website: www.metrouniv.ac.id Email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
 NPM : 1287794 Semester / TA: IX / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			<p>pedoman bullet pedoman penulisan bab III ①. tata tulis diperbaiki ②. sumber data primer, jelaskan penentuan sumber data primer itu menjadi 10</p>	

Diketahui :
 Dosen Pembimbing I

Dr. Hj. Tobjatussaadah, M.Ag
 NIP. 19701020 199803 2 002

Mahasiswa ybs,

Fariyuntika
 NPM. 1287794



**KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam

NPM : 1287794

Semester / T A : IX/ 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	15/2 2017	✓	revisi proposal bab ke-5	

Diketahui :
Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Dr. H. Tobihatussaadah, M.Ag
NIP. 19701020 199803 2 002

Fariyuntika
NPM. 1287794



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 Jalan. Khi hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296
 website: www.metrouniv.ac.id Email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
 NPM : 1287794 Semester / TA: IX / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	13/4 2017	✓	ace BAB I-III dan ace APP	

Diketahui :
 Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Dr. Hj. Tobibaussaadah, M.Ag
 NIP. 19701020199803 2 002

Fariyuntika
 NPM. 1287794



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 Jalan. Khi hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296
 website: www.metrouniv.ac.id Email : iainmetro@metrouniv.ac.id

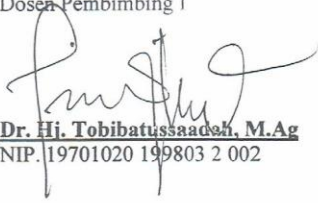
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
 NPM : 1287794 Semester / TA: IX / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	19/ 6-2017		<p>① Faktor - 1- Faktor internal - a- Faktor ketekunan semua isi isi terbas data hasil wawancara!</p> <p>② kesimpulan harus menjawab pertanyaan penelitian</p>	

Diketahui :
 Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs.


Dr. Hj. Tobibatussaadeh, M.Ag
 NIP. 19701020 199803 2 002

Fariyuntika
 NPM. 1287794



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 Jalan. KHi hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296
 website: www.metrouniv.ac.id Email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Fariyuntika

Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy

NPM : 1287794

Semester / TA: IX / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	1/1/2017	✓	Faktor 'nya bisu' apa saja? Faktor internalnya apa, dan faktor eksternalnya apa?	

Diketahui :
Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
NIP. 19701020 199803 2 002

Fariyuntika
NPM. 1287794



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 Jalan. Khi hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296
 website: www.metrouniv.ac.id Email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Feriyuntika

Jurusan/Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy

NPM : 1287794

Semester / TA: IX / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	8 7-2017	✓	ace skripsi untuk ummah asyiah	

Diketahui :
Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs.

Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
NIP. 19701020 199803 2 002

Feriyuntika
NPM. 1287794

UJIAN MUNAQOSAH

Nama : Fariyuntika
 PM : 1287794
 Jurusan : ESy
 Tempat : Kampus II (Cedung E-3-13)
 Waktu : 10.00 - 12.00
 Judul : Faktor-faktor penentuan Harga Ditinjau Dari Etika Islam
 (Studi kasus Pedagang Sembako Di Pasar Sekeloa).

Tim Penguji :
 Ketua Sidang : Dr. Hj. Tobikatussadah, M. Ag
 Penguji 1 : Drs. Dri Santoso M. H
 Penguji 2 : H. Azmi Siradjuddin, Lc. M. Hum
 Sekretaris : Era Yudistira, M. Ah.

Penguji 1 :
 Latar belakang penentuan judul seperti apa?
 Bagaimana penentuan harga menurut pandangan Islam?
 Referensi yg digunakan dlm teori penentuan harga harus jelas.
 Perbedaan harga yg terjadi dilapangan masih dinilai manusia.
 Bisa dilihat dari ambang batas harga yg ditentukan pemerintah.
 kemudian baru dilihat teori.
 Jelaskan penentuan harga yg sesuai dg etika Islam.
 Apa saja etika bisnis Islam yg dicantumkan dlm penelitian sbg
 dasar / prinsip utk membedah latar belakang masalah penelitian.
 Bagaimana penentuan harga utk penjualan ayam?
 Perbedaan harga ketika kualitas barang berbeda, bagaimana
 menurut pandangan etika bisnis Islam. Apa saja prinsip yg
 bisa digunakan berkaitan dg hal tsb.
 Mencampur barang yg kualitas bagus dg yg jelek, bertentangan
 dg prinsip etika bisnis Islam yg mana.
 Kuasai apa yg ditulis (penelitian).

Penguji 2 :
 Hadist ttg penentuan harga kurang tepat.
 Diharapkan mahasiswa dpt menghafal hadist ataupun ayat^{at} yg
 dicantumkan dlm penelitian (skripsi).

x Hg

26

benar

lasi

RIWAYAT HIDUP



Fariyuntika dilahirkan di Desa Trimulyo, Kecamatan Sekampung Lampung Timur pada tanggal 07 Agustus 1993, anak keempat dari pasangan bapak Rukmana dan Ibu Mariyati.

Pendidikan dasar peneliti ditempuh di MIM Trimulyo dan selesai pada Tahun 2006, kemudian melanjutkan di MTs Muhammadiyah Sekampung dan selesai pada Tahun 2009. Sedangkan pendidikan menengah atas di MAN 2 Metro dan selesai pada Tahun 2012, kemudian melanjutkan pendidikan Perguruan Tinggi di IAIN Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam Jurusan Ekonomi Syari'ah (Esy), dimulai pada semester 1 (satu) TA 2012/2013.

uri 20

or .

J
s adah