

SKRIPSI

MEKANISME PENETAPAN HARGA SAYURAN

PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

(Study Kasus Pedagang Pasar Cendrawasih Kota Metro)

Oleh:

YOPPI KUSUMAJATI

NPM : 14119774



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

TAHUN 1441 H/2020 M

**MEKANISME PENETAPAN HARGA SAYURAN PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM**

(Study Kasus Pedagang Pasar Cendrawasih Kota Metro)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

YOPPI KUSUMAJATI

NPM. 14119774

Pembimbing I : Drs. Dri Santoso, M.H

Pembimbing II : Rina El Maza, S.H.I.M.S.I

Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1441 H / 2020 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Yoppi Kusumajati**

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 saudara

Nama : **YOPPI KUSUMAJATI**
NPM : 14119774
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **MEKANISME PENETAPAN HARGA SAYURAN PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM (Study Kasus Pedagang Pasar
Cendrawasih Kota Metro)**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima
kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 14 Juli 2020

Pembimbing I,



Drs. Dri Santoso, MII.
NIP. 19670316 199503 1 001

Pembimbing II,



Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **MEKANISME PENETAPAN HARGA SAYURAN
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Study Kasus
Pedagang Pasar Cendrawasih Kota Metro)**

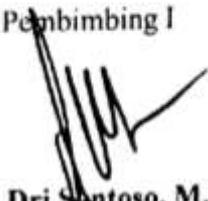
Nama : **YOPPI KUSUMAJATI**
NPM : 14119774
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dalam sidang munaqosah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri (IAIN) Metro.

Metro, Juli 2020

Pembimbing I


Drs. Dri Santoso, M.H
NIP. 196703161995031001

Pembimbing II


Rina Elmaza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401232009122005



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp: (0726) 41507, Faksimil: (0726) 47290, Website: www.metroiain.ac.id, E-mail: iainmetro@metroiain.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. : 2229 /In.28.3 /D/PP.00-g /09 /2020

Skripsi dengan Judul: MEKANISME PENETAPAN HARGA SAYURAN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Study Kasus Pedagang Pasar Cendrawasi Kota Metro), disusun Oleh: YOPPI KUSUMAJATI, NPM: 14119774, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Selasa/14 Juli 2020.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Drs. Dri Santoso, MH.

Penguji I : Liberty, SE, MA

Penguji II : Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I

Sekretaris : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Ninsiana, M.Hum
20923 20003 2 002

MEKANISME PENETAPAN HARGA SAYURAN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

(Study Kasus Pedagang Pasar Cendrawasih Kota Metro)

ABSTRAK

Oleh:

YOPPI KUSUMAJATI

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat yang didapat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar. Penetapan harga telah memiliki fungsi yang sangat luas di dalam program pemasaran. Menetapkan harga berarti bagaimana mempertautkan produk dengan aspirasi sasaran pasar yang berarti pula harus mempelajari kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Maka salah satu prinsip dalam menentukan harga jual adalah dilihat dari keinginan konsumen dalam melihat jenis produknya. Karena harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut memberikan kepuasan kepada konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme penetapan harga sayuran perspektif etika bisnis Islam pada penjual sayuran di Pasar Cendrawasih Kota Metro. Manfaat dari penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menjadi suatu kajian dan menambah khazanah keilmuan tentang ekonomi Islam dan secara praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi penjual dalam keputusan menetapkan harga sayuran pada penjual sayuran di Pasar Cendrawasih Kota Metro.

Penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian relevan (prior research) dengan sifat dekskriptif kualitatif dapat ditemukan bahwa dalam penetapan harga sayuran penjual melihat pada kualitas sayuran, metode tekem dan timbang dan biaya atau modal awal. Selain itu permintaan dan penawaran menjadi salah satu dasar penetapan harga yang dilakukan oleh penjual, dengan melihat permintaan dari konsumen terhadap sayuran yang dibutuhkan.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : YOPPI KUSUMAJATI
NPM : 14119774
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, 14 Juli 2020

Yang Menyatakan,



YOPPI KUSUMAJATI

NPM. 14119774

MOTTO

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

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*” (QS. An-Nisa: 29)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), h. 65

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain rasa syukur kepada Allah SWT, atas keberhasilan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi (SE). Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

1. Orang tua ku tercintai bunda Sri Sumarti, yang tak pernah henti mendoakan dan memberikan motivasi serta dukungannya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan studi di IAIN Metro.
2. Kakak-kakakku yang selalu menyemangati dan mendoakanku.
3. Pembimbing skripsi ku Ibu Rina Elmaza, S.H.I.,M.S.I dan Bapak Dri Santoso, MH, yang selalu sabar, ikhlas dan selalu memberikan bimbingan serta motivasi hingga skripsi ini selesai.
4. Pendamping hidup dan masa depan ku kelak.
5. Kawan-kawan ku seperjuangan yang selalu bersama-sama berjuang untuk mendapatkan gelar sarjana S.E ini.
6. Almamater tercinta IAIN Jurai Siwo Metro yang menjadi tempat peneliti untuk menuntut ilmu Ekonomi Syariah dan menjadi saksi perjalanan demi mendapatkan gelar sarjana S.E.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dharma Setyawan, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Drs. Dri Santoso, M.H, selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Ibu Rina El Maza.S.H.I.M.S.I, selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, 14 Juli 2020

Peneliti,



Yoppi kusumajati

NPM. 14119774

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Penelitian Relevan	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Mekanisme Harga	11
1. Pengertian Harga	11
2. Dasar Penetapan Harga	13
3. Tujuan Penetapan Harga	16
4. Prosedur Penetapan Harga	18
5. Metode Penetapan Harga	19

B. Etika Bisnis Islam.....	21
1. Pengertian Etika Bisnis Islami	21
2. Prinsip-Prinsip DasarEtika Bisnis Islami	23
3. Prilaku Etika Bisnis Islam	24
4. Etika Bisnis Dalam Pasar	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	27
B. Sumber Data	28
C. Teknik Pengumpulan Data	30
D. Teknik Analisa Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Pasar Cendrawasih Kota Metro	35
1. Sejarah berdirinya Pasar Cendrawasih Kota Metro.....	35
2. Struktur Pasar Cendrawasih Kota Metro	37
B. Proses Mekanisme Penetapan Harga Sayuran Oleh Penjual	38
C. Penetapan Harga Sayuran Ditinjau Dari PrinsipEtika Bisnis Islam	45
BAB V PENUTUP.....	54
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Struktur Organisasi Dinas Perdagangan Kota Metro.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Pra Survey
4. Surat Research
5. Surat Balasan Izin Research
6. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
7. Foto Dokumentasi Penelitian
8. Surat Keterangan Bebas Pustaka
9. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktu.² Sedangkan menurut Skinder, bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Sedangkan Raymond E. Glos et.al menyebutkan bahwa bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisasi oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang industri, menyediakan barang atau jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka. Penulis buku menyimpulkan bahwa, bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih yang terorganisasi dalam mencapai laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kegiatan bisnis bukan merupakan suatu yang baru, tetapi sudah berkembang sejak lahirnya Islam itu sendiri. Dalam bisnis modern, sering disaksikan cara-cara yang tidak terpuji yang dilakukan oleh sebagian pelaku bisnis dalam melakukan penetapan harga.³

²Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*, (Malang: UIN-Maliki Perss, 2011),h.2

³Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Pcersada, 2009), h.4

Dalam Islam bisnis adalah suatu yang dihalalkan bahkan dianjurkan oleh Islam. Bisnis bahkan dilakukan oleh Nabi dan Sahabat Rasulullah di zaman dahulu. Sangat banyak sekali sahabat-sahabat Nabi yang merupakan para pembisnis dari hartanya tersebut dapat memberikan manfaat yang sangat besar bagi perkembangan Islam. Orientasi bisnis menurut Islam sejatinya bukan hanya sekedar menguntungkan satu orang saja apa lagi pihak yang memiliki bisnis melainkan kepada orang lain yang juga terlibat dalam bisnis baik secara langsung atau tidak.

Secara Islam memperoleh bisnis asalkan bukan hal-hal yang mengarah kepada riba, judi, penyediaan atau layanan yang mengandung barang-barang haram. Islam pun mengharapkan agar bisnis yang dilakukan oleh seorang muslim tidak hanya memiliki keuntungan untuk diri sendiri melainkan juga dapat memberikan manfaat yang banyak bagi orang lain. Bisnis dalam Islam merupakan unsur penting dalam perdagangan sejarah telah mencatat bahwa penyebaran agama Islam diantaranya melalui perdagangan.

Perdagangan atau perniagaan merupakan kegiatan tukar menukar barang atau jasa atau keduanya yang berdasarkan kesepakatan bersama bukan pemaksaan. Pada masa awal sebelum uang ditemukan, tukar menukar barang dinamakan barter yaitu menukar barang dengan barang. Pada masa modern saat ini perdagangan dilakukan dengan menukar uang. Setiap barang dinilai dengan uang. Dalam perdagangan barang yang akan

ditukar dengan uang atau dijual harus memiliki nilai atau harga yang telah ditetapkan.

Dalam perdagangan kita mengenal dengan istilah harga, penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan perdagangan. Harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya suatu produk dalam perdagangan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya. Harga merupakan, satu-satunya unsur dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan penjualan barang dan jasa, oleh karena itu harga yang ditetapkan penjual harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen.⁴

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat yang didapat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap pembeli. Penetapan harga telah memiliki fungsi yang sangat luas di dalam program pemasaran. Menetapkan harga berarti bagaimana mempertaukam produk dengan aspirasi sasaran pasar yang berarti pula harus mempelajari kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Berbicara harga berarti bicara tentang citra kualitas dan seberapa tinggi eksklusifitasnya. Tinggi rendahnya harga sangat berpengaruh terhadap persepsi kualitas, sehingga ikut menentukan citra terhadap sebuah merek atau produk. Dalam persepsi

⁴Kurniawan Saifullah, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), Cet Ke-2 h. 24

konsumen sering berlaku logika bahwa harga yang mahal berarti kualitas bagus, dan harga yang lebih murah berarti kualitasnya rendah.⁵

Menurut Philips Kotler dalam bukunya berjudul manajemen pemasaran menyatakan bahwa:”Penetapan harga merupakan suatu masalah jika perusahaan akan menetapkan harga untuk pertama kalinya. Ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh produk, ketika memperkenalkan produknya ke saluran distribusi baru atau daerah baru, ketika akan melakukan penawaran atau suatu perjanjian baru.

Definisi tersebut menjelaskan bahwa setiap perusahaan harus memutuskan di mana ia akan menempatkan produknya berdasarkan mutu harga jual. Harga jual merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, konsumen akan membeli suatu produk apa bila ada keseimbangan antara alasan dalam menetapkan harga jual. Sehingga hal ini sangat penting dalam menetapkan mekanisme harga dalam pasar.⁶

Dengan adanya mekanisme penetapan harga akan menghindari beban ekonomi yang mungkin tidak dapat dijangkau masyarakat, menghindari penipuan, memungkinkan ekonomi dapat berjalan mudah dan penuh kerelaan. Berbagai macam metode penetapan harga tidak dilarang oleh Islam dengan ketentuan harga yang ditetapkan oleh pedagang atau pengusaha tidak menzolimi pihak pembeli, yaitu dengan mengambil

⁵Basu Swastha, *Azaz Azaz Marketing*, (Yogyakarta: Liberty Offset, 2000), h.148

⁶Philips Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol* (Jakarta: PT Prenhallindo, 1998), h.109-110

keuntungan di atas normal atau tingkat kewajaran, tidak ada penetapan harga yang sifatnya memaksa terhadap para pedagang atau pengusaha selama mereka menetapkan harga yang wajar dengan mengambil tingkat keuntungan yang wajar atau tidak diatas normalnya. Maka salah satu prinsip dalam penentuan harga jual adalah dilihat dari keinginan konsumen dalam melihat jenis produknya. Karena itu harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dalam mekanisme penetapan harga yaitu merupakan suatu cara pertimbangan yang digunakan untuk menentukan bagaimana suatu produk atau barang yang dijual bisa laku dipasaran setelah adanya intraksi permintaan dan penawaran dan juga untuk bisa bersaing dengan perusahaan atau pedagang lainnya. Abu Yusuf mengatakan bahwa mekanisme dalam penetapan harga tidak terlepas dari mekanisme pasar, ia mengatakan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga, pemahamannya saat itu bahwa bila tersedia sedikit barang maka harga akan mahal dan demikian sebaliknya.⁷

Berikut adalah keadaan pedagang sayur dipasar cendrawasih yang dalam prakteknya terhadap penjual yang berbeda-beda. Salah satu pedagang menjelaskan bahwa ada beberapa pedagang yang menetapkan harga berbeda-beda dengan kualitas sayuran yang berbeda pula seperti halnya ada beberapa sayuran yang dijual dengan harga yang murah dan

⁷Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam*, (Jakarta: Kencana, 2008), h.230

juga dengan kualitas sayuran yang kurang bagus sedangkan ada yang menetapkan dengan harga yang mahal dengan kualitas yang lebih bagus tentunya. Namun sebagian pedagang ada yang mengatakan bahwa dalam menetapkan harganya dengan metode timbang per ikat nya 1 kg, $\frac{1}{2}$ kg, $\frac{1}{4}$ kg ada juga yang 2 ons misalnya saja buncis, kol, sawi, gambas, dll. Namun juga ada beberapa yang menggunakan metode tekem yaitu per ikatnya sebanyak satu genggam tangan, misalnya sajakacang panjang, kangkung, bayam, caisim, dengan harga yang dijual oleh pedagang dengan harga perikat nya Rp.2.000 sampai Rp.3.000 dalam menetapkan harga ini mereka sudah mendapatkan keuntungan yang cukup. Namun dan ada juga pedagang yang menjual satu genggam dijadikan dua ikat dengan harga yang lebih sedikit tinggi yaitu Rp.4.000 sampai Rp.5.000 dengan begitu mereka mendapat keuntungan yang sedikit lebih banyak pula, namun hal tersebut tergantung dari jenis sayurannya juga. Karena dalam hal ini banyak sebagian pedagang yang mengambil sayuran yang mereka jual masih ada yang mengambil dari pedagang-pedagang besar yang telah menyediakan sayuran untuk diperjual belikan lagi. Seperti salah satu penjual menjelaskan bahwa dia membeli sayuran dari pedagang lain dengan harga yang sedikit miring atau murah seperti sayuran bayam yang dia beli dalam jumlah banyak dengan harga satuan hanya Rp.1.500 sampai Rp.2.000, namun dijualnya dengan harga yang sedikit tinggi yaitu Rp.3.000 sampai Rp.4.000, karena untuk menutup modalnya dan mendapat sedikit keuntungan dari hasil penjualannya yang dibeli dari pedagang

lainnya. Dalam hal ini pedagang juga melihat situasi dan kondisi harga di pasar untuk menetapkan harga jualnya, ketika sayuran melimpah ruah sayuran akan dijual sesuai harga pasaran saat itu, bahkan bisa terjadi kemungkinan akan dijual lebih murah dibanding pedagang lain agar sayuran tersebut cepat laku. Namun ada sebagian pedagang besar yang menjual sayurannya tidak kekonsumen pembeli biasa namun mereka juga menjualnya kepenjual sayur lainnya seperti para pedagang kecil ataupun pedagang sayur keliling sehingga pedagang-pedagang besar dapat lebih memaksimalkan harga jual sayurannya.

Berdasarkan beberapa hasil survey di atas dapat dipahami bahwa dalam menetapkan harga penjual yang ada di pasar cendrawasih memiliki perbedaan harga masing-masing pedagang yang ditawarkan oleh penjual. Sehingga peneliti ingin mengetahui penetapan harga jual sayuran yang di buat oleh pedagang dalam menetapkan harga.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah saya paparkan di atas, maka saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Mekanisme Penetapan Harga Sayuran Perspektif Etika Bisnis Islam.”

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan Uraian Latar Belakang, Peneliti mengangkat pertanyaan penelitian, Yaitu:

Bagaimana proses mekanisme penetapan harga sayuran oleh para pedagang kaki limadi pasar cendrawasih kota metro?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui tentang proses mekanisme penetapan harga sayuran oleh para pedagang kaki lima di pasar cendrawasih kota metro.

Manfaat penelitian ini adalah:

Hasil penelitian ini diharapkan dijadikan sumber informasi dan pengetahuan bagi pihak-pihak lain yang ingin mengetahui tentang mekanisme penetapan harga jual sayuran di pasar.

D. Metode Penelitian Relevan (*prior research*)

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji dalam skripsi. Peneliti mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang dibahas belum pernah diteliti sebelumnya. Untuk itu, tinjauan kritis terhadap hasil kajian terdahulu perlu dilakukan dalam penelitian ini sehingga dapat ditentukan di mana posisi penelitian yang akan dilakukan berada.⁸

Tinjauan pustaka (*prior research*) memuat uraian secara garis besar mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji dalam skripsi penelitian saat ini. Selain sebagai perbandingan, tinjauan pustaka ini sebagai penegasan bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah dibahas sebelumnya.

⁸Pedoman penulisan *Karya Ilmiah Edisi Revisi*, (STAIN Jurai Siwo Metro, 2010), hal.25

Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Halil dalam skripsi pengaruh harga terhadap tingkah laku pasar dalam perspektif ekonomi islam (studi kasus di pasar Metro tahun 2011). Dalam penelitian ini membahas tentang harga satuan produk di pasar Metro yang berfluktuasi dan pengaruh kenaikan harga terhadap tingkah laku pasar dalam perspektif ekonomi islam. Bentuk penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik penelitian ini menggunakan teknik angket, interview, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenaikan harga berpengaruh terhadap tingkah laku pasar dalam perspektif ekonomi Islam di pasar Metro tahun 2011.⁹

Sedangkan penelitian kedua yang dilakukan oleh Renny Widiya Wati, Fakultas Ekonomi Syariah, STAIN Jurai Siwo Metro dalam skripsi yang berjudul tentang “Penetapan Harga Batu Akik Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam” (studi kasus penjual batu akik di shoppin center) dalam penelitian ini membahas tentang penetapan harga jual batu akik ditinjau dari ekonomi islam. Bentuk penelitian ini adalah kualitatif. Teknik dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga batu akik sesuai dengan prinsip ekonomi islam.¹⁰

Dalam penelitian yang ketiga yang dilakukan oleh Zumarotul Malikhah, Fakultas Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negri Walisongo

⁹Halil, *Pengaruh Kenaikan Harga Terhadap Tingkah Laku Pasar Prespektif Ekonomi Islam di Pasar Metro*, (Metro, Skripsi STAIN Jurai Siwo Metro, 2012)

¹⁰Renny Widiya Wati, *Penetapan Harga Batu Akik Ditinjau Dari Perinsip Ekonomi Islam*, (Metro, Skripsi STAIN Jurai Siwo Metro, 2016)

Semarang dalam skripsi yang berjudul tentang “Konsep Harga Yang Adil Dalam Prespektif Ekonomi Islam”. Dimana dalam penelitian menunjukan bahwa penetapan harga dalam ekonomi islam dengan mempertimbangkan harga yang pantas yaitu harga yang adil yang memberikan perlindungan kpada konsumen.¹¹

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diketahui bahwa yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah mengenai Mekanisme Penetapan Harga Sayuran Perspektif Etika Bisnis Islam. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa penelitian ini memiliki perbedaan khusus dengan penelitian terdahulu, yakni dari segi tolak ukur penelitian dan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian tersebut yaitu tentang proses mekanisme penetapan harga sayuran di dalam pasar. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang harga.

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus kajian penulis adalah mekanisme penetapan harga yang dilakukan oleh pedagang sayuran dalam menentukan harga jual di pasar.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa karya ilmiah yang sedang penulis lakukan ini berbeda dengan penelitian-penelitian yang pernah diteliti sebelumnya, khususnya di IAIN Jurai Siwo Metro.

¹¹Zumaroh Malikhah, *Konsep Harga Yang Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Semarang, Institut Agama Islam Negri Walisongo, 2012)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Mekanisme Penetapan Harga

1. Pengertian penetapan harga

Dalam arti yang sempit, harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luasnya lagi, yaitu harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sepanjang sejarahnya, harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Dalam beberapa dekade terakhir, beberapa faktor di luar harga menjadi semakin penting. Namun, harga tetap menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan.

Harga menjadi ukuran bagi konsumen tak kala ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal, sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal.

Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampaknya bejaukau jauh, tindakan

penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli. Bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik penjual, apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penentuan harga yang tidak diinginkan oleh para pembeli (dalam hal ini sebagian masyarakat) bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan, reaksi penolakan itu bisa diekspresikan dalam berbagai tindakan yang kadang-kadang mengarah kepada tindakan anarkis atau kekerasan yang melanggar norma hukum.¹²

Menurut Sofyan Assuri bahwa, "Harga adalah satuan biaya-biaya produksi yang ditetapkan dalam suatu produk tertentu."¹³ Sedangkan menurut Enizar bahwa harga merupakan salah satu unsur yang terdapat dalam transaksi jual beli, yaitu adanya harga yang jelas dari benda yang diperjual belikan.¹⁴

Penetapan harga merupakan masalah bagi suatu perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha. Dengan penetapan harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Penetapan harga adalah penentuan harga

¹ Philip Kolter, Gray Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke-12*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), h.345

¹³ Sofyan Assauri, *Managemen Produksi*, (Jakarta, Ghalia Indonesia, 2002), h.26

¹⁴ Enizar, *Syariah Hadis Ekonomi*, (STAIN Press, Metro, 2005) h.109

jual produk suatu perusahaan.¹⁵ Sedangkan dalam kamus istilah ekonomi penetapan harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang telah dihasilkan.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa penetapan harga adalah harga jual yang ditentukan oleh perusahaan dengan memperhatikan modal yang dikeluarkan dan laba yang diinginkan.

2. Dasar Penetapan Harga

Penetapan harga dipengaruhi oleh beberapa faktor baik faktor internal maupun faktor eksternal:

a. Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga adalah:

1. Tujuan Pemasaran

Sebelum menetapkan harga perusahaan menetapkan strategi untuk produk. Jika perusahaan telah memiliki pasar sasaran, menentukan posisi dan strategi baruan pemasaran dengan cermat maka strategi akan lebih efektif.

2. Strategi Baruan Pemasaran

Harga merupakan salah satu dari sarana baruan pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Penetapan harga harus dikoordinasikan dengan desai produk, distribusi, penetapan promosi untuk

¹⁵Philip Kotler, *Managemen Pemasaran Jilid 2*, (Jakarta: PT Indeks, 2007), h.102

membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif. Dalam hal ini harga merupakan faktor penting yang menentukan pasar produk, persaingan dan desain. Dengan demikian perusahaan harus mempertimbangkan seluruh baruan pemasaran pada waktu penetapan harga. Jika produk diposisikan pada faktor bukan harga, keputusan tentang kualitas, promosi dan distribusi akan sangat mempengaruhi harga. Jika harga dipandang sebagai faktor penentu posisi yang penting, harga akan sangat berpengaruh pada pengambilan keputusan tentang elemen baruan pemasaran yang lain. Pada umumnya perusahaan akan mempertimbangkan semua keputusan baruan pemasaran secara bersama pada waktu pengembangan program pemasaran.

3. Biaya

Biaya merupakan faktor yang menjadi dasar penetapan harga yang diharapkan pada produk. Perusahaan menginginkan agar harga yang diterapkan dapat mencakup semua biaya untuk memproduksi, mendistribusi dan menjual produk serta tingkat laba yang sesuai dengan upaya yang dilakukan dan risiko yang dihadapi. Biaya perusahaan merupakan elemen penting dalam strategi penetapan harga.

Banyak perusahaan yang berusaha untuk menekan biaya dalam industri.

b. Faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga:

1. Pasar dan Permintaan

Apabila biaya menentukan batas bagian bawah harga, pasar, dan permintaan menentukan batas bagian atasnya, konsumen menyeimbangkan antara harga produk atau jasa dengan manfaat yang diperolehnya. Dengan demikian sebelum harga ditetapkan perusahaan harus memahami hubungan antara harga dan permintaan atas produknya.

2. Presepsi konsumen terhadap harga dan nilai

Pada waktu penetapan harga, perusahaan harus mempertimbangkan persepsi konsumen terhadap harga dan cara persepsi tersebut mempengaruhi keputusan baruan pemasaran yang lainnya, harus diarahkan kepada konsumen. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka menukarkan suatu nilai (harga) untuk mendapatkan sesuatu untuk dimiliki atau dimanfaatkan. Penetapan harga berorientasi pembeli yang efektif meliputi pemahaman tentang besarnya nilai manfaat yang mereka peroleh dari produk dan penetapan harga yang sesuai dengan nilai tersebut. Manfaat ini dapat dirasakan dalam bentuk nyata.

Jika konsumen menilai harga suatu produk lebih besar dari pada nilainya, mereka tidak akan membelinya, jika produk lebih dari pada hrganya mereka akan membelinya.¹⁶

3. Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga dalam perusahaan merupakan dasar atau pedoman bagi perusahaan kegiatan pemasaran termasuk penetapan harga. Pada umumnya penjual mempunyai beberapa tujuan dalam penetapan harga produknya. Tujuan tersebut antara lain:

a. Mendapatkan laba maksimum

Dalam praktek, terjadinya harga memang ditentukan oleh penjual dan pembeli. Makin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Dengan demikian penjual. Mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada.¹⁷

b. Meraih pangsa pasar

Untuk menarik perhatian para konsumen yang menjadi target market atau target pasar, maka salah satu perusahaan sebaiknya menetapkan harga serendah mungkin. Dengan harga turun maka akan memicu peningkatan permintaan yang juga datang dari merket share pesaing atau kompetitor, sehingga ketika pasar tersebut

¹⁶Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta, KDT, 2000), h.152-153

¹⁷Basu Swastha, *Azaz-azaz Marketing*,(yogyakarta: Liberty, 1983), h.148

diperoleh maka harga akan disesuaikan dengan tingkat laba yang diinginkan.¹⁸ Oleh karena itu banyak perusahaan yang melakukan penetrasi pasar dengan cara menetapkan harga yang relatif rendah dari harga pasaran, sehingga memperoleh share pasar yang lebih besar.

- c. Mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu

Perusahaan menetapkan harga untuk memaksimalkan penerimaan penjualan pada masa itu. Tujuan itu hanya mungkin dicapai, apabila terhadap kombinasi harga dan kualitas produk yang dapat menghasilkan tingkat pendapatan yang paling besar.¹⁹

- d. Mencegah atau mengurangi persaingan

Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijakan harga. Hal ini dapat diketahui bila mana para penjual menawarkan barang dengan harga yang sama. Oleh karena itu persaingan hanya mungkin dilakukan tanpa melalui kebijaksanaan harga, tetapi servis lain.

- e. Mempertahankan atau memperbaiki market share

Memperbaiki market share hanya mungkin dilaksanakan dimana kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih cukup longgar, disamping juga kemampuan di bidang lain seperti bidang pemasaran, keuangan, dan sebagainya. Dalam hal ini harga

¹⁸Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h.204

¹⁹Ibid, h. 148

merupakan faktor yang penting. Bagi perusahaan yang kecil mempunyai kemampuan yang sangat terbatas, biasanya penetapan harga ditunjukan untuk sekedar mempertahankan market share. Perbaikan market share kurang diutamakan, lebih-lebih apabila persaingan sangat ketat.²⁰

4. Prosedur Penetapan Harga

Bilamana tujuan perusahaan sudah ditentukan, maka manajemen dapat mengalihkan pada produsen penetapan harga barang atau jasa yang ditawarkan.

Prosedur yang dipakai meliputi beberapa tahap yaitu:

a. Mengestimasi permintaan untuk barang tersebut

Dalam tahap pertama ini penjual membuat estimasi permintaan barangnya secara total. Hal ini lebih mudah dilakukan terhadap permintaan barang yang ada dibandingkan dengan permintaan barang baru

b. Menentukan harga yang diharapkan yaitu harga yang diharapkan dapat diterima oleh konsumen dan ini dapat ditentukan dengan menggunakan ancar-ancar.

c. Mengestimasi volume penjualan pada berbagai tingkat harga

Hal ini menyangkut pula pertimbangan tentang masalah elastisitas permintaan suatu barang. Barang yang mempunyai permintaan

²⁰Ibid, h.150

pasar elastis, biasanya akan diberikan harga lebih rendah dari barang yang mempunyai barang inelastis.

d. Mengetahui dulu reaksi dalam persaingan

Kondisi persaingan sangat mempengaruhi kebijaksanaan penentuan harga bagi perusahaan atau penjual. Oleh karena itu penjual perlu mengetahui reaksi persaingan yang terjadi dipasar serta sumber-sumber penyebabnya.

e. Menentukan market share yang didapat diharapkan

Perusahaan yang agresif selalu menginginkan market share yang lebih besar. Kadang-kadang perluasan market share harus dilakukan dengan mengadakan periklanan dan bentuk lain dari persaingan bukan harga, disamping dengan harga tertentu.

f. Mempertimbangkan politik pemasaran

Tahap selanjutnya dalam prosedur penetapan harga adalah mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dengan melibatkan pada barang, sistem distribusi, dan program promosinya. Perusahaan tidak dapat menentukan harga suatu barang tanpa mempertimbangkan barang lain yang dijualnya.^{21\}

5. Metode Penetapan Harga

a. *Cost – Plus Pricing Method*

Dalam metode ini, penjual atau produsen menetapkan harga jual beli untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per

²¹ M. Faud et.al, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), h.130

unit ditambah dengan suatu jumlah untuk menutup laba yang diinginkan (marjinal) pada unit tersebut.

Formulanya dapat dilihat berikut ini:²²

$$\text{BIAYA TOTAL} + \text{MARJIN} = \text{HARGA JUAL}$$

b. *Mark Up Pricing Method*

Variasi lain dalam metode *cost-plus* adalah *mark up pricing* yang banyak dipakai oleh pedagang. Pedagang yang membeli barang-barang dagangan akan menentukan harga jualnya setelah menambahkan harga jual beli dengan jumlah *mark up*.

$$\text{HARGA BELI} + \text{MARK UP} = \text{HARGA JUAL}$$

Mark up merupakan kelebihan harga jual di atas harga belinya. Metode ini sering dipakai oleh para pedagang, pedagang yang akan menjual barang-barang dagangannya akan menentukan harga jual setelah menambahkan harga beli dengan sejumlah *mark up*.²³ Penetapan harga *mark up* tetap populer karena beberapa alasan. Pertama penjual dapat menentukan biaya jauh lebih mudah dibandingkan dengan melalui cara memperkirakan permintaan.

²²Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran*, h.209

²³Basu Swastha, *Azaz-azaz Marketing*, h.155

Dengan mengaitkan harga dan biaya, penjual menyederhanakan penetapan harga tersebut. Kedua, jika semua perusahaan dalam industri tersebut menggunakan metode penetapan harga ini, harga-harga akan cenderung serupa. Karena itu persaingan harga akan diminimalkan yang tidak akan terjadi jika perusahaan memberi perhatian pada perubahan permintaan. Ketiga, banyak orang menganggap penetapan harga dengan menambah biaya dianggap lebih adil bagi pembeli maupun penjual.²⁴

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti “adat istiadat” atau “kebiasaan”. Perpanjangan dari adat membangun aturan kuat di masyarakat, yaitu bagaimana setiap tindak dan tanduk mengikuti aturan-aturan, dan aturan-aturan tersebut ternyata membentuk moral masyarakat dalam menghargai adat istiadat yang berlaku. Moralitas adalah istilah yang dipakai untuk mencakup praktik dan kegiatan yang membedakan apa yang baik dan apa yang buruk, aturan-aturan yang mengendalikan kegiatan dan nilai-nilai yang tersimbol di dalamnya yang dipelihara atau dijadikan sarana oleh kegiatan dan praktik tersebut.²⁵

²⁴M.Fuad, *Pengantar Bisnis*, h.131

²⁵Abdul Aziz. *Etika Bisnis Perspektif Islami*. (Bandung: Alfabeta, 2013)

Ilmu etika tidak bisa dikesampingkan dari ilmu filsafat, ini terlihat dari usaha-usaha dalam menafsirkan etika sering dilihat dari sudut pandang filsafat. Karena filsafat sering dianggap sebagai induknya ilmu etika. Ini sebagaimana dikatakan oleh K. Bertens bahwa, "etika adalah cabang filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku manusia.

Ada banyak definisi etika yang dikemukakan oleh para ahli, namun semuanya mengacu pada moralitas. Sehingga etika dapat diterjemahkan sebagai bentuk tindakan dengan mendasarkan moral sebagai ukurannya. Moral dan ukurannya dapat dilihat dari berbagai segi, seperti segi agama, hati nurani, dan aturan-aturan yang tertulis maupun tidak tertulis, dimana semua itu dijadikan sebagai pandangan dalam memahami lebih dalam tentang etika.

Jadi etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sangsi akan diterima. Dimana sangsi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.²⁶

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

²⁶Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: ALFABETA, 2013), h.2-

Pada umumnya, prinsip-prinsip yang berlaku dalam bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sehari-hari, dan prinsip-prinsip ini sangat berhubungan erat terkait dengan sistem nilai-nilai yang dianut di kehidupan masyarakat.

Menurut Sonny Keraf (1998) prinsip-prinsip etika bisnis adalah sebagai berikut:

- a. Prinsip otonomi, adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.
- b. Prinsip kejujuran, terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran. *Pertama*, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat dalam perjanjian dan kontrak. *Kedua*, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. *Tiga*, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.
- c. Prinsip keadilan, menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggungjawabkan.
- d. Prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit principle*), menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa, sehingga menguntungkan semua pihak.

- e. Prinsip integritas moral, terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan maupun perusahaannya.²⁷

3. Prilaku Etika Bisnis Islam

Dalam menjalankan sebuah bisnis, diperlukan adanya etika untuk dapat mengelola dan menjalankan bisnis dengan baik. Karena dengan menjalankan sebuah bisnis kita akan berhadapan atau berhubungan dengan banyak orang, contohnya seperti rekan kerja (bisnis), para petinggi, juga masyarakat luas. Jika pelaku bisnis memiliki etika baik dalam bisnisnya, hal ini akan menciptakan kesan positif dari pihak lain terhadap dirinya. Dengan begitu, kepercayaan akan timbul, dukungan juga timbul, sehingga berdampak pada bisnis yang berkembang dengan baik. Karena etika yang dimiliki pelaku bisnis mencerminkan bagaimana ia mengelola bisnisnya.

Terdapat 3 pendekatan dalam merumuskan perilaku etika bisnis :

1. Utilitarian approach

Dalam pendekatan ini setiap tindakan harus didasarkan dengan konsekuensinya. Untuk itu dalam bertindak, seseorang harus mengikuti cara-cara yang dapat memberikan manfaat besar bagi

²⁷Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h.17

masyarakat dengan cara yang tidak membahayakan dan menggunakan biaya serendah-rendahnya.

2. Individual right approach

Setiap orang dalam bertindak memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun, jika tindakan tersebut dinilai dapat mengakibatkan suatu pecahan atau benturan dengan hak orang lain, maka tindakan tersebut harus dihindari.

3. Justice approach

Setiap pembuat keputusan memiliki kedudukan yang sama, serta bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan maupun kelompok. Pendekatan ini akan memberikan keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.²⁸

4. Etika Bisnis Dalam Pasar

Dalam mekanisme pasar diberi kebebasan luas kepada pelaku bisnis untuk melakukan kegiatan dan mengembangkan diri dalam pembangunan ekonomi. Disini pula pelaku bisnis dibiarkan bersaing untuk berkembang mengikuti mekanisme pasar. Dalam persaingan antar perusahaan terutama perusahaan besar dalam memperoleh keuntungan sering kali terjadi pelanggaran etika berbisnis, bahkan melanggar peraturan yang berlaku. Etika di pasar dapat diartikan

²⁸<http://dessy-novianty.blogspot.com/2017/11/prilaku-etika-dalam-bisnis-dan.html>

sebagai nilai-nilai dan norma-norma moral serta tata cara berperilaku, khususnya dalam bidanag bisnis yang terkandung didalam pasar.

Adapun norma-norma yang perlu diterapkan dalam sebuah aturan yang bersifat umum atau univesal yaitu:

- a. Norma sopan santun, disebut juga norma etiket, adalah norma yang mengatur pola perilaku dan sikap lahiriah manusia.
- b. Norma hukum adalah norma yang dituntut keberlakuannya secara tegas oleh masyarakat karena dianggap perlu dan niscaya demi keselamatan dan kesejahteraan manusia dalam kehidupan bermasyarakat.
- c. Norma moral, yaitu aturan mengenai sikap dan perilaku manusia sebagai manusia. Norma ini menyangkut baik buruknya, adil tidaknya tindakan dan perilaku manusia sejauh dilihat sebagai manusia.²⁹

²⁹Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h.17

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penulisan proposal skripsi ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan dalam kancah kehidupan sebenarnya. Penelitian lapangan pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realitas apa yang terjadi di masyarakat.³⁰

Penelitian lapangan yang dimaksud pada penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan di Pedagang kaki lima Pasar Cendrawasi Metro.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu.³¹ Sedangkan penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian

³⁰Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), h.32

³¹Abdurahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), h.97

yang berusaha mengungkap fenomena secara holistik dengan cara mendeskripsikannya melalui bahasa non-numerik dalam konteks dan paradigma alamiah.³²

Tujuan penelitian deskriptif adalah pencadnaan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.³³ Maksud dalam penelitian ini peneliti memaparkan data-data hasil penelitian dilapangan yakni tentang mekanisme penetapan harga sayuran perspektif etika bisnis islam.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh. Data merupakan hasil catatan peneliti, baik yang berupa fakta ataupun angka. Jadi sumber data yang didapat diartikan segala fakta dan angka yang didapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi.

Berdasarkan penelitian diatas, subyek dalam suatu penelitian tersebut akan diambil datanya sebanyak 6 pedagang dan selanjutnya disimpulkan oleh peneliti.

Penelitian ini menggunakan beberapa sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data skunder.

1. Sumber data primer

³²*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (STAIN: 2013), h.28

³³Sumandi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h,75

Sumber data primer adalah sumber data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.³⁴ Sumber data primer pada penelitian ini adalah para pedagang sayuran sebanyak 6 pedagang. Pada penelitian ini mengambil sampel 6 orang pedagang sayuran yang ditentukan dengan menggunakan teknik *snowball sampling*.

Snowball sampling adalah teknik penentuan sampel sumber data yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasalengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sebelumnya. Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak dengan pertimbangan tertentu.³⁵

Pada penelitian ini, pedagang sayuran sebagai sumber data primer ditentukan secara *snowball* sesuai dengan kebutuhan penelitian. Adapun kriteria-kriteria pedagang sayuran dalam penelitian ini antara lain yaitu sebagai berikut:

- a. Pedagang kecil dan besar yang ramai pembelinya

³⁴Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), h. 42

³⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), 2011), h.125

- b. Pedagang dengan lapak atau tempat dagangnya yang strategis.
- c. Bersedia menjadi subyek penelitian.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber penunjang yang berkaitan dengan penelitian dapat berupa buku-buku tentang subyek matter yang ditulis oleh orang lain, dokumen-dokumen yang merupakan hasil penelitian dan hasil laporan.³⁶Sumber data yang dimaksud dari peneliti ini adalah sumber data yang diperoleh dari buku-buku yang ada kaitannya dengan permasalahan tersebut di antaranya yaitu sebagai berikut:

1. Abdul Aziz.*Etika Bisnis Prespektif Islami*. Bandung: Alfabeta, 2013.
2. Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: PT Raja GrafindoPersada,2011.
3. Enizar, *Syariah Hadis Ekonomi*, STAIN Press, Metro, 2005.
4. Basu Swastha, *Azaz Azaz Maketing*, Yogyakarta: Liberti Offeset, 2000.
5. Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, KDT, 2000.

³⁶Bani Ahmad Saebani, *Metodelogi Penelitian Cet, 2*, (Bandung: Pustaka Setia, 2008), h.99

C. Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlagsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.³⁷

Wawancara pada saat penelitian, digunakan metode interview bebas terpimpin yaitu pewawancara membuat pedoman yang hanya menggunakan garis-garis bear yang akan ditanyakan. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawacara pada pedagang atau penjual sayuran di Pasar Cendrawasih.

2. Observasi

Observasi adalah cara pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung kelapangan terhadap objek yang diteliti (popuasi atau sampel)³⁸. Mengenai hal ini peneliti langsung mengamati objek yang akan diteliti di pedagang sayuran di pasar Cendrawasih Kota Metro.

3. Dokumentasi

³⁷ Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2012), h.105

³⁸ Misbahuddin dkk, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 27

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yang digunakan untuk mencari data histori.³⁹

Teknik pengumpulan ini digunakan untuk membantu proses penelitian, sehingga penelitian dapat dilakukan dan dapat memecahkan permasalahan yang diteliti. Metode dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data tentang mekanisme penetapan harga sayuran perspektif etika bisnis islam di Pasar Cendrawasih.

D. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data, peneliti harus menggunakan data yang diperoleh dari sumber data primer, sumber data sekunder dan sumber data tersier bila diperlukan. Kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yaitu suatu cara yang dipakai untuk mendapatkan ilmu pengetahuan ilmiah yang bertolak dari pengamatan atas hal-hal atau masalah yang bersifat khusus, kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum.⁴⁰ Yang berarti berangkat dari informasi yang didapat di lapangan tentang Mekanisme Penetapan Harga Sayuran Perspektif Etika Bisnis Islam di Pasar Cendrawasih Kota Metro. Cara berfikir ini, peneliti gunakan untuk menguraikan kemudian ditarik kesimpulan secara umum.

³⁹Burham Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: KENCANA, 2013), h.133

⁴⁰Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1984), h.40

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan catatan lapangan, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁴¹ Penelitian ini menggunakan teknik analisis metode deskriptif analisis yaitu data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan di lapangan tetap dalam bentuk kualitatif tidak diubah ke dalam bentuk statistik dan diuraikan dalam bentuk uraian naratif. Analisis data kualitatif adalah deskriptif data yang terdiri dari tiga aktivitas yang berlangsung secara bersamaan. Ketiga aktivitas tersebut adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Ketiga alur aktivitas tersebut saling keterkaitan satu dengan yang lainnya dalam analisis data.

1. Reduksi Data (Data Reduction)

Mereduksi data ialah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.⁴²

Jadi reduksi data adalah mengolah data mentah yang dikumpulkan dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi diringkas dan disistematisasikan agar mudah difahami dan dicermati oleh pembaca. Terkait dalam hal ini peneliti memproses secara sistematis data-data akurat yang diperoleh terkait dalam mekanisme penetapan harga sayuran perspektif etika bisnis Islam, sehingga dari hasil wawancara

⁴¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), 2011), h.401

⁴²Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kualitatif dan R & D*, h.338

dan observasi lapangan ditambah dengan dokumentasi yang ada, proposal skripsi ini dapat difahami dan dicermati secaramudah oleh para pembaca.

2. Penyajian Data (Data Display)

Setelah data reduksi, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan data hubungan antar kategori, karena dapat mempermudah merencanakan kerja selanjutnya.⁴³ Kemudian penyusunan data dilakukan secara sistematis dan simultan, sehingga data yang diperoleh dapat menjelaskan dan menjawab permasalahan yang diteliti.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan secara sementara, kemudian diverifikasikan dengan cara mempelajari kembali data yang terkumpul. Dari data-data yang direduksi dapat ditarik kesimpulan yang memenuhi syarat kredibilitas data objektifitas hasil penelitian dengan jalan membandingkan hasil penelitian dengan teori.⁴⁴

Setelah peneliti memperoleh data yang diperlukan, maka peneliti mengolah data dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis kualitatif. Sehingga menjadi suatu hasil pembahasan berupa penjelasan yang mengenai mekanisme penetapan harga sayuran perspektif etika bisnis Islam.

⁴³Ibid, h.341

⁴⁴Imam SuprayogodanTobroni, *MetodePenelitianSosialdan Agama* (Bandung: PT RemajaRosada Karya,2001) h. 192

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Cendrawasih Kota Metro

1. Sejarah Berdirinya Pasar Cendrawasih Kota Metro

Pasar Cendrawasih Kota Metro dibangun pada tahun 1989 oleh PT. TRI CITRA PERDANA dengan Hak Pengelolaan Lahan (HPL) dan status Hak Guna Bangunan selama 20 tahun. Bangunan kios Nuban Ria terletak di Kelurahan Imopuro Kecamatan Metro Raya, dengan batas di sebelah Utara jalan Cut Nyak Dien, sebelah Selatan Jalan Raya Imam Bonjol. Luas Tanah yang menjadi objek Perjanjian adalah 1.660 m² bangunan di buat 2 lantai.

Pada tanggal 29 Juni 1989 telah dilakukan perjanjian/kontrak bagi tempat usaha dalam pembangunan antara Bupati Kepala Daerah Tingkat II Lampung Tengah dengan PT. TRI CITRA PERDANA. Jangka waktu Hak Guna Bangun (HGB) serta pengelolaan adalah 20 tahun dari tanggal 29 Juni 1989 sampai 28 Juni 2010.

Setelah HGB berakhir maka lahan dan bangunan dikembalikan kepada Pemerintah Kabupaten KDH Tingkat II Lampung Tengah. Pada tanggal 02 Agustus 2012 telah dilakukan penarikan retribusi pertokoan berdasarkan Perda Nomor 01 Tahun 2011. Pada tanggal 25 Januari 2013 Pemerintah Kota Metro melalui Plt. Kadis Perdagangan dan Pasar

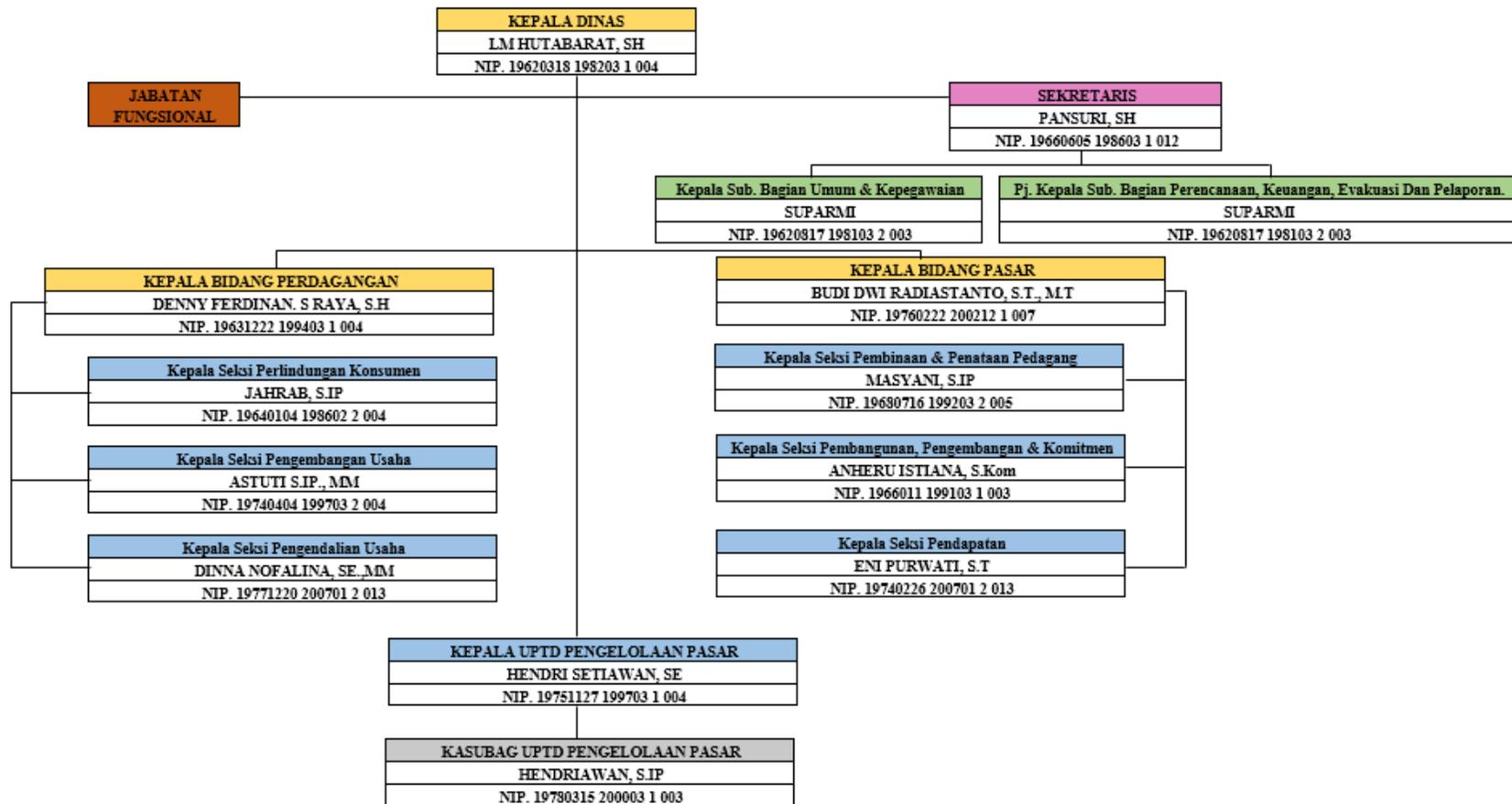
KotaMetro menyampaikan penjelasan bahwa Hak Sewa menyewa toko berakhir pada tanggal 28 Februari 2013.⁴⁵

⁴⁵ Dokumentasi, *Dinas perdagangan Kota Metro*, 14 Desember 2018

2. Struktur Organisasi Pasar Pagi Kota Metro

Gambar 4.1.

STRUKTUR ORGANISASI DINAS PERDAGANGAN KOTA METRO



B. Proses Mekanisme Penetapan Harga Sayuran Oleh Penjual

Harga merupakan suatu bagian yang penting bagi pembeli dan penjual. Untuk melakukan pertukaran barang dan jasa hanya akan terjadi jika penjual dan pembeli telah menyepakati harga. Keputusan harga akan menentukan keberhasilan atau kegagalan bagi perusahaan. Harga juga merupakan dasar terbentuknya keuntungan sehingga seluruh perusahaan berusaha memaksimalkannya dengan pengembangan pasar. Permintaan pasar sebagian dipengaruhi oleh harga. Harga akan memberikan posisi yang kompetitif pada pasar.

Penetapan harga jual merupakan salah satu kebijakan yang penting dalam perusahaan karena dengan penetapan harga jual yang akan dapat mempengaruhi volume penjualan dan laba yang didapat oleh perusahaan. Dalam menentukan harga jual penjual harus mempertimbangkan tujuan dari penetapan harga, yaitu mendapatkan laba maksimum, meraih pangsa pasar, mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu, mencegah atau mengurangi persaingan, dan mempertahankan atau memperbaiki market share.⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara kepada bapak Yono selaku pedagang sayuran di Pasar Cendrawasih yang memulai usahan ini sejak tahun 2009. Dalam kegiatannya dipasar bapak yono menjual bermacam-macam sayuran seperti sawi, buncis dan kol. Sayuran tersebut berasal dari hasil kebunnya sendiri dan sebagian berasal dari petani sayuran. Bapak Yono

⁴⁶Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: CAPS, 2014), h.25

juga tidak hanya menjual sayurannya kekonsumen pembeli biasa tetapi juga menjual kepedagang kecil lainnya atau pedagang sayur keliling. Dalam proses penetapan harga jual sayuran bapak Yono menentukan dari kualitas sayurannya itu sendiri dan juga melihat situasi dan kondisi harga di pasar untuk menetapkan harga jualnya, ketika harga sayuran murah maka akan mengambil laba sedikit dan sebaliknya ketika harga sayuran mahal akan mengambil laba banyak. Harga sayuran akan mahal disaat jumlah sayuran sedikit, hal tersebut biasanya terjadi ketika petani gagal panen. Sehingga sayuran yang dihasilkan akan berkurang dari jumlah yang sudah ditargetkan dari masa penanaman. Disaat sayuran melimpah harga sayuran akan semakin turun karena banyaknya sayuran yang membuat para pedagang membanting harga agar sayuran cepat habis dan tidak merugi ketika sayuran tidak habis. Ketika hari ini sayuran tidak habis terjual, sisanya akan dijual keesokan harinya itupun jika sayuran tidak laku. Karena banyak pelanggan yang memilih sayuran yang masih baru dan segar, jadi sayuran kemarin akan dijual dengan harga berbeda.

Menurut bapak Yono untuk penentuan laba sayurannya dari modal awal berdasarkan kiloan, setiap 1 kg sayur diambil laba mulai dari Rp.1.000 sampai dengan Rp.2.500 per kg, dengan begitu menurut bapak Yono sudah bisa mendapatkan keuntungan. Namun jika beliau mengambil sayurannya tidak dari petani sayur atau pedagang lain beliau akan

menambahkan lagi labanya Rp.500 sampai Rp.1.000 karena untuk menutup modalnya dan mendapatkan keuntungannya.⁴⁷

Sedangkan menurut bapak Mulyadi selaku pedagang sayuran yang sudah 8 tahun berjualan mengatakan bahwa dengan menggunakan metode Tekem dan metode Timbangan sayuran dapat ditentukan harga jualnya. Dengan menggunakan kedua metode tersebut bapak mulyadi dapat menentukan harga jual seperti yang telah ditetapkan sesuai harga pasar yang berlaku untuk melayani para konsumennya. Sebagian besar sayuran yang dijual diproses dengan metode timbang sesuai dengan keinginan para konsumen atau pelanggannya dan disesuaikan dengan harga sayuran yang berlaku pada pasar. Menurutnya dengan menggunakan metode tersebut sangat baik untuk menentukan harga sayuran yang akan dijual karena sesuai dengan ketentuan harga pasar.

Menurut bapak Mulyadi proses penetapan sayuran berdasarkan dua metode tersebut sangat tepat untuk memilih sayuran dengan dua cara tersebut dapat ditentukan harga setiap jenis sayurannya. Beliau juga mengatakan ada beberapa factor yang membuat harga sayuran biasanya sedikit berbeda karna masih ada beberapa pedagang yang mengambil sayuran tidak dari petani langsung namun kepedagang besar lainnya, terutama juga dari jenis dan kualitas sayuran itu sendiri tentunya yang membuat harga berbeda, selain itu juga dilihat dari situasi pasar jika sayuran sedang sulit atau jarang ada maka akan dijual dengan harga yang

⁴⁷Hasil wawancara, Yono (Pedagang Sayuran Pasar Cendrawasih Metro),

tinggi dari harga biasanya, karena jumlah sayuran yang tidak memadai kebutuhan pelanggan dan terkadang antar pedagang akan terjadi perebutan harga yang mengakibatkan adanya sedikit perbedaan harga. Sedangkan dari saya sendiri dalam menetapkan harga tetap melihat dari modal awal dan kondisi sayuran, yang penting mendapat keuntungan Rp.1.500 atau Rp.2.000 dari modal awal agar sayuran yang dijual cepat laku. Dan apabila sayuran tidak segar lagi maka biasanya saya akan jual dengan harga modal awal.⁴⁸

Sedangkan menurut ibu Ratmi yang telah berjualan sayuran kurang lebih hampir 9 tahun di Pasar Cendrawasih. Beliau menjual bermacam-macam sayuran seperti sayuran bayam, kangkung, kacang panjang dan lainnya yang diambil dari petani sayuran langsung. Dalam menetapkan jenis-jenis sayurannya beliau melihat dari modal awal dan kemudian dari kualitas sayurannya mulai dari kualitas yang bagus sampai kualitas yang kurang bagus dan kemudian baru menggunakan metode tekem dan juga timbangan sesuai dengan jenis sayurannya yang akan dijualnya. Seperti bayam yang beliau jual dengan kualitas bagus Rp.4.000-Rp.5.000 per tekem atau per ikatnya namun jika kualitasnya kurang bagus beliau hanya menjual Rp.3.500-Rp.4.000 saja. Bahkan jika sayuran tersebut tidak bisa bertahan lama atau layu maka harga akan semakin turun dan menyebabkan kurang laku terjual.⁴⁹

⁴⁸Hasil wawancara, Mulyadi (Pedagang Sayuran Pasar Cendrawasih Metro),

⁴⁹Hasil wawancara, Ratmi (Pedagang Sayuran Pasar Cendrawasih Metro),

Sedangkan menurut ibu Wati pedagang sayuran di Pasar Cendrawasih mengatakan bahwa untuk menetapkan harga beliau menggunakan metode yang sama yaitu tekem dan timbang dalam harga pasar, namun dalam hal ini beliau kurang terlalu meliat kualitas sayuran. Sayuran tersebut kadang dicampur dari kualitas yang bagus kemudian sedikit ditambah dengan sayuran yang kurang bagus, menurutnya hal tersebut sudah biasa dilakukan setiap pedagang sayuran. Bahkan beliau mengatakan adanya perbedaan dalam harga adalah hal yang wajar, karena harga juga harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sepadan. Misalnya mengambil sayuran dengan harga Rp.2.000 per ikatnya lalu dijual dengan harga Rp.4.000. Ada beberapa faktor yang terjadi menurut ibu Wati dalam menentukan harga misalnya saja dari segi modalnya atau dari segi kebutuhan ekonominya mungkin yang membuat adanya perbedaan harga atau terjadinya persaingan harga dalam pedagang dalam mendapatkan laba yang sepadan.⁵⁰

Sedangkan menurut ibu Ambar yang telah bedagang sayuran hampir 4 tahun, mengatakan bahwa dalam penetapan harga sayuran berdasarkan dari harga awal petani kemudian dari harga pasarnya juga dari jenis sayurannya itu sendiri ada yang per tekem dan juga per timbangan. Dalam hal ini beliau menentukan harga menggunakan metode tekem dan timbangan namun terkadang dalam menggunakan metode tekem bu Ambar menjadika satu ikat genggam sayuran dijadikan dua ikat

⁵⁰Hasil wawancara, Wati (Pedagang Sayuran Pasar Cendrawasih Metro),

dengan harga yang lebih sedikit yaitu antara Rp.3.000 sampai Rp.4.000 dengan begitu katanya lebih cepat laku dan mendapat keuntungan yang cukup bahkan terkadang lebih. Hal tersebut biasanya dilakukan bu Amabar ketika sayuran sedang mengalami tumpah ruah di pasar dengan begitu dapat meminimalisir kerugian akibat sayuran yang terlalu banyak. Disaat sayuran melimpahharga sayuran akan semakin turun karenabanyaknya sayuran yang membuat parapedagang membanting harga agar sayurancepat habis agar tidak merugi.⁵¹

Sedangkan menurut bapak Efendi yang telah berdagang sayuran sejak 5 tahun terakhir ini dalam menentukan penetapan harga melalui proses dengan cara mengambil laba dari setiap sayuran yang ia jual sebesar Rp.1.500 sampai Rp.2.000 dari modal awal ia mengambil sayuran di pedagang lain atau juga petani. Menurutnya untuk kualitas sayuran sama saja mungkin hanya sedikit dibedakan harganya. Bahkan jika sayuran tersebut sudah layu maka besoknya akan dijual lagi dengan harga modal awal atau mengambil sedikit laba dari modal awal. Beliau mengatakan jika dengan menggunakan cara tersebut maka dapat bersaing dengan pedagang lainnya dalam meraih konsumen. Dengan cara metode tersebut adalah hal yang wajar menurutnya, karena setiap pedagang pasti memiliki perbedaan dalam penentuan harga untuk mendapatkan laba. Hal

⁵¹Hasil wawancara, Ambar (Pedagang Sayuran Pasar Cendrawasih Metro),

ini dikarenakan adanya faktor yang mempengaruhi harga jual seperti pelanggan, pesaing dan biaya.⁵²

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang sayuran di pasar Cendrawasih Metro dapat disimpulkan bahwa proses pedagang dalam menetapkan harganya dengan memperhatikan hal-hal berikut ini:

- a. Pedagang menentukan dari metode tekem dan timbang, metode tersebut merupakan faktor utama dalam menentukan harga jualnya.
- b. Kualitas sayuran, karena harga sayuran juga dilihat dari kualitasnya. Sayuran dengan kualitas yang baik dengan harga yang tinggi sedangkan sayuran dengan kualitas yang kurang baik dengan harga yang rendah.
- c. Biaya atau modal awal mengambil sayuran tersebut dari pedangan lain atau petani, sebab jika pedangan mengambil sayuran dari pedagang lain maka harganya biasanya berbeda bahkan bisa diatas dari harga petani yakni mulai dari harga Rp.1500 sampai Rp.2500/kg nya, sedangkan jika langsung dari petani maka harga kemungkinan akan sedikit murah yakni mulai dari Rp.1000 sampai dengan Rp.2000/kg nya bahkan jika mengambil sayuran dalam skala sedang ataupun besar harga akan semakin murah yakni Rp500 sampai dengan Rp1500 untuk per kg nya.

⁵²Hasil wawancara, Efendi (Pedagang Sayuran Pasar Cendrawasih Metro),

C. Penetapan Harga Sayuran Ditinjau dari Prinsip Etika Bisnis Islam

Dari hasil yang di dapat oleh peneliti terhadap penetapan harga ditinjau dari prinsip etika bisnis Islam adalah bahwa ada pedagang sayuran yang mengetahui tentang prinsip etika bisnis Islam yaitu kejujuran, keadilan, saling menguntungkan dan moral. Akan tetapi ada pula pedagang yang belum mengetahui tentang prinsip etika bisnis Islam, menurut mereka bahwa dalam menentukan harga jual beli yang mereka cari hanyalah keuntungan semata dan melalaikan nilai-nilai dalam prinsip etika bisnis Islam.

Pada umumnya, prinsip-prinsip yang berlaku dalam etika bisnis Islam yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sehari-hari, dan prinsip-prinsip ini sangat berhubungan erat terkait dengan sistem nilai-nilai yang dianut di kehidupan masyarakat.⁵³ Berikut ini hasil uraian terhadap perilaku pedagang terhadap prinsip dalam etika bisnis Islam yang diterapkan :

- a. Pedagang Yono menyatakan bahwa apabila dalam menetapkan harga melihat dari kualitas sayuran dan kondisi harga dipasar dan hanya mengambil keuntungan mulai dari Rp.1000 sampai dengan Rp.2500 dalam sehari pedagang ini bisa menjual sayuran hingga berpuluh-puluh kg/harinya bahkan bisa lebih jika keadaan pasar ramai pembeli. Apabila kondisi pasar sedang ramai pendapatan bersih yang bisa diperoleh dalam

⁵³Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h.17

sehari antara Rp.350.000 sampai Rp.400.00. Dalam menjual sayuran pedagang ini mengambil sayuran dari petani langsung bahkan terkadang pedagang ini menjual sayuran kepedagang lainnya. Dalam proses penetapan harga biasanya menentukan dari kualitas sayurannya itu sendiri dan juga melihat situasi dan kondisi harga di pasar untuk menetapkan harga jualnya. Untuk penetapan harga biasanya sayuran dengan kualitas baik dipisahkan dengan kualitas yang kurang baik kemudian dijual dengan harga yang berbeda, untuk kualitas yang kurang baik biasanya hanya dijual dengan harga yang murah antara Rp.2000-Rp.3000 saja dan hanya mengambil keuntungan sedikit, bahkan jika sayuran sudah jelak atau layu maka sayuran tidak akan dijual sedangkan untuk kualitas yang baik biasa dijual dengan harga Rp.3500-Rp5000, tentunya kepuasan pembeli itu adalah yang paling utama. Apabila kita menjual barang dengan kualitas baik tentunya pembeli akan kembali lagi ke kita.⁵⁴ Observasi yang peneliti lakukan kepada pedagang, bahwasanya pedagang ini berlaku bertanggungjawab, jujur, adil dalam melakukan proses penetapan harga serta tidak melakukan kecurangan dan lebih mementingkan kualitas. Pedagang ini menjual macam-macam sayuran seperti sawi, buncis, bayam, kangkung, kol dan lainnya, selain menjual sayuran pedagang ini juga menjual rempah-rempah, bawang merah dan putih serta cabai.

Dalam pelaksanaan jual beli yang dilakukan oleh pedagang ini sudah sesuai dengan rukun dan syarat jual beli, dimana antara pembeli dan

⁵⁴Hasil wawancara dan observasi, Yono (Pedagang Sayuran Pasar Cendrawasih Metro)

pedagang saling ridho. Apabila ditinjau dari etika bisnis Islam maka pedagang ini memenuhi prinsip etika bisnis Islam. Karena dalam proses penetapan harga jual pedagang ini berlaku telah berlaku jujur, bertanggung jawab, berlaku adil dan memiliki integritas moral yang baik serta mengutamakan kualitas yang baik.

- b. Pedagang Mulyadi telah berjualan hampir 8 tahun awal mula berdagang beliau meneruskan dagangan orang tuanya yang diwariskan kepadanya. Dalam proses menetapkan harga sayuran beliau mengambil sayuran kepetani langsung agar mendapat harga yang lebih murah dalam pengambilan skala besar. Menurutnya dalam menetapkan harga tetap melihat dari modal awal dan kondisi sayuran yang baik, yang penting mendapat keuntungan Rp.1.500 atau Rp.2.000 dari modal awal agar sayuran yang dijual cepat laku. Dan apabila sayuran tidak segar lagi maka biasanya saya akan jual dengan harga modal awal. Dalam metode yang digunakan untuk menetapkan harga biasanya menggunakan tekem dan timbang namun pedagang ini terkadang tidak memisahkan kualitas namun lebih mementingkan agar cepat terjual habis. Hal ini digunakan untuk meminimalisir biaya yang dikeluarkan dalam pembelian sayuran dari petani. Dalam penjualannya kadang ramai terkadang juga sepi sehingga hal ini mempengaruhi pendapatan yang diperolehnya.⁵⁵ Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan adanya perbedaan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan pedagang ini, dari kualitas yang

⁵⁵ Hasil wawancara dan observasi, Mulyadi (Pedagang Sayuran Pasar Cendrawasih Metro)

digunakan oleh pedagang ini tidak diutamakan antara kualitas yang baik dengan kualitas yang kurang baik atau sudah mulai layu disamaratakan dan lebih mementingkan agar sayuran yang dia jual cepat habis dan mendapat keuntungan.

Dalam pelaksanaan jual beli yang dilakukan oleh pedagang ini tidak sesuai dengan syarat jual beli yang salah satunya antara penjual dan pembeli harus saling ridho dan saling menguntungkan. Jika ditinjau dari etika bisnis Islam dalam penetapan harga jual beli yang dilakukan oleh pedagang ini kurang memenuhi prinsip etika bisnis Islam yaitu, tanggung jawab, dan tidak saling menguntungkan.

Prinsip tanggung jawab, tanggung jawab sangat lah dibutuhkan dalam hal jual beli karena dengan adanya prinsip tanggung jawab yang di pegang oleh penjual maka akan menambah unsur kepercayaan bagi pembeli kepada penjual. Tentunya tanggung jawab pedagang tidak lah hanya kepada manusia tetapi juga kepada Allah SWT. Karena apa yang dilakukan manusia didunia akan di pertanggung jawab kan di akhirat. Dalam penetapan harga jual beli sayuran pedagang ini tidak bertanggung jawab atas apa yang dilakukannya terkait dengan kebersihan dan kualitas barang yang dijualnya.

Prinsip saling menguntungkan, dalam menjalankan prinsip ini pelaku bisnis harus bisa memberikan keuntungan bagi semua pihak. Dalam melakukan jual beli pedagang masih mencampur kualitas sayuran

yang bagus dengan yang kurang baik, bahkan ada yang sudah layu hal ini terkadang membuat salah satu pihak tidak saling menguntungkan.

- c. Pedagang Ratmi telah berdagang sejak 2011 awal mula pedagang ini hanya menjual cabai bawang merah dan putih, setelah beberapa tahun kemudian untuk menambah penghasilannya pedagang ini menambah dagangannya dengan bermacam-macam sayur-sayuran seperti sayuran bayam, kangkung, kacang panjang dan lainnya yang diambil dari petani sayuran langsung. Dalam menetapkan jenis-jenis sayurannya pedagang ini melihat dari modal awal dan kemudian dari kualitas sayurannya mulai dari kualitas yang bagus sampai kualitas yg kurang bagus dan kemudian baru menggunakan metode tekem dan juga timbangan sesuai dengan jenis sayurannya yang akan dijualnya. Seperti bayam yang dijual dengan kualitas bagus Rp.4.000-Rp.5.000 per tekem atau per ikatnya namun jika kualitasnya kurang bagus hanya dijual Rp.3.500-Rp.4.000 saja. Bahkan jika sayuran tersebut tidak bisa bertahan lama atau layu maka harga akan semakin turun dan menyebabkan kurang laku terjual. Dalam sehari penjual ini mampu mendapat keuntungan perharinya rata-rata Rp.150.000-Rp.300.000 jika keadaan pasar sedang ramai pembeli.⁵⁶ Observasi yang peneliti lakukan kepada pedagang, bahwasanya pedagang ini berlaku bertanggungjawab, jujur, adil dalam melakukan proses penetapan harga serta tidak saling merugikan antara pembeli dan penjual.

⁵⁶ Hasil wawancara dan observasi, Ratmi (Pedagang Sayuran Pasar Cendrawasih Metro)

Pelaksanaan yang dilakukan oleh pedagang ini dalam menetapkan harga jual beli sudah sah menurut etika bisnis Islam dan sama dengan yang dilakukan oleh pedagang Yono yang sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

- d. Pedagang Wati telah berdagang sayuran sejak 2012 dalam proses penetapan harga pedagang ini menetapkan harga dengan menggunakan metode yang sama yaitu tekem dan timbang dalam harga pasar, namun dalam hal ini pedagang ini kurang terlalu meliat kualitas sayuran. Sayuran tersebut kadang dicampur dari kualitas yang bagus kemudian sedikit ditambah dengan sayuran yang kurang bagus, karena menurut pedagang ini harga juga harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sepadan. Misalnya mengambil sayuran dengan harga Rp.2.000 per ikatnya lalu dijual dengan harga Rp.4.000. dengan begitu modal yang dikeluarkan akan segera tertutup oleh laba yang diperolehnya.⁵⁷ Dari hasil observasi yang peneliti lihat terhadap sayuran-sayuran yang dimiliki pedagang ini memang kurang melihat dari kualitas sayuran itu sendiri karena banyak sayuran yang tercampur kualitasnya antara yang bagus dengan kurang bagus hal ini sangat merugikan untuk pembeli.

Dalam proses penetapan harga jual beli yang dilakukan oleh pedagang ini dilihat dari objeknya belum terpenuhi karena dalam penyajiannya mencampurkan kualitas sayuran yang bagus dengan yang kurang bagus didalamnya. Jika ditinjau dari prinsip etika bisnis Islam,

⁵⁷ Hasil wawancara dan observasi, Wati (Pedagang Sayuran Pasar Cendrawasih Metro)

kurang memenuhi prinsip etika bisnis Islam yaitu, tanggung jawab, dan tidak saling menguntungkan serta kurangnya integritas moral. Prinsip tanggung jawab disini dimana pedagang ini tidak bertanggung jawab dalam proses kebersihan barang yang dijualnya karena dalam prosesnya sayuran masih bannyak yang tercampur kualitas baik dengan yang kurang baik. Prinsip saling menguntungkan disini pedagang masih mencampur kualitas syuran yang bagus dengan yang kurang baik sehingga terkadang membuat salah satu pihak merasa dirugikan karena barang yang dibeli kurang baik kualitasnya. Sedangkan prinsip integritas moral adalah harus menjaga nama baik pedagan tersebut dalam berdagang sayuran agar tetap menjadi pedagang yang dipercaya oleh konsumen.

- e. Pedagang Ambar yang telah berjualan hampir 4 tahun dalam menjual sayuran pedagang ini mengambil sayuran dari petani langsung agar sayuran yang diambil tetap dalam kondisi bagus namun terkadang pedagang ini mengambil sayuran kepedagang lain dengan kualitas yang bagus. Untuk menentukan harga pedagang ini memilih menggunakan metode tekem dan timbangan namun terkadang dalam menggunakan metode tekem pedagang ini menjadikan satu ikat genggam sayuran dijadikan dua ikat seperti bayam dan kangkung namun dengan harga yang lebih sedikit yaitu antara Rp.3.500 sampai Rp.4.000 dengan begitu katanya lebih cepat laku dan mendapat keuntungan yang cukup bahkan terkadang lebih. Dalam sehari kemungkinan mendapat keuntungan bersihnya sekitar Rp350.000 bahkan terkdang lebih. Pedagang ini juga menjual semua

macam sayuran seperti bayam, kangkung, sawi, caisim, tomat dan juga rempah-rempah.⁵⁸ Dari observasi yang peneliti lakukan kepada pedagang, bahwasanya pedagang ini berlaku bertanggungjawab, jujur, adil dalam melakukan proses penetapan harga serta tidak saling merugikan antara pembeli dan penjual, namun terkadang pedagang ini memiliki takaran sendiri dalam menentukan harga jual sayurannya.

Dalam pelaksanaan yang dilakukan oleh pedagang ini dalam menetapkan harga jual beli sudah sangat baik. Jika ditinjau dari etika bisnis Islam dalam penetapan harga jual beli yang dilakukan oleh pedagang ini sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

- f. Pedagang Efendi yang telah berdagang sayuran sejak 5 tahun terakhir. Awal mula pedagang ini berdagang sayuran ia mulai dari merintis kecil-kecilan. Pedagang ini mengambil sayuran di pedagang lain atau juga petani. Menurutnya untuk kualitas sayuran sama saja mungkin hanya sedikit dibedakan harganya. Bahkan jika sayuran tersebut sudah layu maka besoknya tetap akan dijual lagi. Dalam menentukan harga pedagang ini tidak membedakan kualitas menurutnya sama saja yang penting semua bisa laku terjual. Untuk menentukan tekem sayuran pedagang ini menggunakan metode yang sama antara kualitas yang bagus dengan yang kurang bagus, bahkan terkadang sayuran tersebut dicampur. Dalam menentukan laba pedagang ini mematok keuntungan dari Rp.2.000 sampai

⁵⁸ Hasil wawancara dan observasi, Ambar (Pedagang Sayuran Pasar Cendrawasih Metro)

Rp.2.500/sayuran dari modal awal.⁵⁹ Berdasarkan observasi yang peneliti lihat terhadap sayuran yang dimiliki pedagang ini terlihat kualitasnya baik namun jika dilihat lebihnya kualitasnya kurang baik karena kurangnya kebersihan antara kualitas yang baik dengan yang kurang baik dan harganya tetap disama ratakan.

Pelaksanaan penetapan harga jual beli yang dilakukan pedagang ini ditinjau dari prinsip etika bisnis Islam tidak sesuai dengan prinsip keseimbangan dan tanggung jawab. Melanggar prinsip keseimbangan karena pedagang ini mencampur kualitas sayuran yang baik dengan yangkueang baik dan harganya pun disama ratakan. Sedangkan prinsip bertanggung jawab karena pedagang ini hanya mementingkan keuntungan saja tanpa memikirkan orang lain dengan mencampurkan sayuran dengan kualitas yang jelek.

⁵⁹ Hasil wawancara dan observasi, Efendi (Pedagang Sayuran Pasar Cendrawasih Metro)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis terhadap data yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan Bahwa sudah ada pedagang sayuran yang mengerti tentang mekanisme penetapan harga, dalam melakukan penetapan pedagang biasanya dengan cara metode tekem dan timbang, kemudian melihat dari kualitas sayuran, serta dari modal awal para pedagang dalam mengambil sayuran. Selain itu juga dari kondisi pasar atau permintaan yang berlaku di pasar juga menjadi salah satu dasar penetapan harga yang dilakukan dan bila ditinjau dari etika bisnis Islam ada beberapa pedagang yang belum memenuhi prinsip etika bisnis Islam dengan baik. Karena masih ada pedagang sayuran yang dalam pengolahannya tanpa proses pemisahan antara sayuran kualitas bagus dengan sayuran kualitas jelek kemudian dari penetapan harga juga terkadang masih kurang adanya pengelolaan yang baik terhadap kualitas sayuran.

Dalam penetapan harga jual beli yang mereka cari terkadang hanyalah keuntungan semata tanpa memikirkan orang lain dan melalaikan nilai-nilai dalam prinsip etika bisnis Islam sehingga disini pembeli akan merasa dirugikan atas kurangnya penilaian kualitas yang dilakukan oleh pedagang serta penetapan harga yang tidak sesuai dengan kualitas sayuran.

B. Saran

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti akan memberikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi semua pihak, saran tersebut adalah :

1. Perlunya pemberian pengetahuan tentang bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menentukan harga yang sah menurut syariat Islam untuk pedagang.
2. Dalam memberikan harga sebaiknya penjual menyesuaikan metode yang ada dengan kondisi harga pasar agar tidak adanya perbedaan atau persaingan harga antara pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz. *Etika Bisnis Prespektif Islami*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*, Malang: UIN-Maliki Perss, 2011.
- Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2011.
- Abdurrahmat Fathoni. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Basu Swastha, *Azaz Azaz Maketing*, Yogyakarta: Liberti Offeset, 2000.
- Bani Ahmad Saebani, *Metodelogi Penelitian Cet, 2*, Bandung: Pustaka Setia, 2008.
- Burhan Bungin. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Enizar, *Syariah Hadis Ekonomi*, STAIN Press, Metro, 2005.
- Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Pcersada, 2009.
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, KDT, 2000.
- Halil, *Pengaruh Kenaikan Harga Terhadap Tingkah Laku Pasar Prespektif Ekonomi Islam di Pasar Metro*, Metro, Skripsi STAIN Jurai Siwo Metro, 2012.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009.
- Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metode Penelitian Sosial dan Agama* Bandung: PT Remaja Rosada Karya, 2001.
- Irham fahmi, *Etika Bsinis Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung: ALFABETA, 2013.
- Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Kurniwan Saifullah, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2006.

- Misbahuddin dkk, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- M. Faud et.al, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Morissan, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Pedoman penulisan *Karya Ilmiah Edisi Revisi*, STAIN Jurai Siwo Metro, 2010.
- Philips Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Jakarta: PT Prenhallindo, 1998.
- Philip Kolter, Gray Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke-12*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.
- Philip kolter, *Managemen Pemasaran Jilid 2*, Jakarta: PT Indeks, 2007.
- Renny Widiya Wati, *Penetapan Harga Batu Akik Ditinjau Dari Perinsip Ekonomi Islam*, Metro, Skripsi STAIN Jurai Siwo Metro, 2016.
- Sumandi Suryabrata, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), 2011.
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1984.
- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Zumaroh Malikhah, *Konsep Harga Yang Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Semarang, Institut Agama Islam Negri Walisongo, 2012.
- <http://dessy-novianty.blogspot.com/2017/11/prilaku-etika-dalam-bisnis-dan.html>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
MEKANISME PENETAPAN HARGA SAYURAN PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM
(Study Kasus Pedagang Pasar Cendrawasih Kota Metro)

A. WAWANCARA

Wawancara Kepada Penjual

1. Sudah berapa lama anda menjual sayuran?
2. Jenis sayuran apa saja yang anda jual?
3. Sayuran yang anda jual diperoleh dari hasil tanaman sendiri atau membeli dari pihak kedua (pedagang lain)?
4. Dalam satu hari berapa banyak sayuran yang habis terjual?
5. Berapa hari sayuran tersebut akan bertahan atau tidak membusuk jika sayuran tidak habis terjual?
6. Bagaimana cara anda membuat sayuran agar dalam kualitas yang tetap terjaga?
7. Bagaimana cara menentukan harga untuk setiap jenis sayuran?
8. Faktor apa saja yang menentukah penetapan harga sayuran?
9. Apa saja yang menjadi dasar anda dalam menetapkan harga sayuran?
10. Apakah dalam penetapan harga yang anda berikan sesuai dengan harga pasaran atau anda menetapkan harga sendiri?
11. Apakah ada perbedaan atau persaingan setiap kompetitor atau pedagang lain dalam menentukan harga jual sayuran?

12. Apakah ada metode khusus untuk setiap pedagang dalam menjual dan memasarkan sayurannya serta menetapkan harganya?
13. Berapa persen anda mengambil keuntungan dari setiap sayuran yang anda jual?
14. Pernahkah anda mengambil keuntungan lebih dari modal yang anda keluarkan?
15. Dalam menentukan harga jual sesuaikan dengan daya beli para konsumen yang menjadi target market anda?

B. OBSERVASI

Pengamatan terhadap pedagang sayuran dari awal mereka menetapkan harga sampai mereka menjual sayuran.

C. DOKUMENTASI

1. Sejarah Berdirinya Pasar Cendrawasi Kota Metro
2. Struktur organisasi di pasar Cendrwasih Kota Metro

Metro, 14 Desember 2019

Mahasiswa Ybs,



Yoppi Kusumajati
NPM. 14119774

Pembimbing I



Drs. Dri Santoso, M.H
NIP. 196703161995031001

Pembimbing II



Rina Elmaza, S.H.I., M.S.I
NIP.198401232009122005



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

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Irlingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 0480/In.28.3/D.1/PP.00.9/02/2019

04 Februari 2019

Lampiran : -

Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Drs. Dri Santoso, M.H
 2. Rina El Maza, M.S.I
- di – Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Yoppi Kusumajati
NPM : 14119774
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Mekanisme penetapan harga Sayuran perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Pasar Cendrawasih Kota Metro)

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 yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
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 Bapak/Ibu. Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wakil Dekan Bidang Akd &
Kelembagaan



MUHAMMAD SALEH



**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.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0562/In.28.3/D.1/PP.00.9/02/2019 Metro, 25 Februari 2019
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,
Pedagang Pasar Cendrawasih Kota Metro
di- Tempat

Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Yoppi Kusumajati
NPM : 14119774
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Judul : Mekanisme Penetapan Harga Sayuran Perspektif Etika
Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Pasar
Cendrawasih Kota Metro).

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan I,

Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 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.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1044/In.28/D.1/TL.00/04/2020
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Kepala Dinas Perdagangan
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1043/In.28/D.1/TL.01/04/2020, tanggal 27 April 2020 atas nama saudara:

Nama : **YOPPI KUSUMAJATI**
NPM : 14119774
Semester : 12 (Dua Belas)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Dinas Perdagangan, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "MEKANISME PENETAPAN HARGA SAYURAN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY KASUS PEDAGANG PASAR CENDRAWASIH KOTA METRO)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 27 April 2020
Wakil Dekan I,

Drs. H.M. M. Saleh MA.
NIP 19650111 199303 1 001



PEMERINTAH KOTA METRO
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jl. Imam Bonjol NO. 15 Telp. (0725) 41128, Kode Pos. 34111

REKOMENDASI IZIN RESEARCH/SURVEY/PENGABDIAN/PENELITIAN/KKN/KKL/KKS/PPL
NOMOR : 070/ 01 /B-6/REG/2020

- MEMBACA : Surat Dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Nomor : 1044/In.28/D.1/TL.00/04/2020 Tanggal : 27 April 2020, Perihal Izin Prasurvey/Research
- MENGINGAT : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014, Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011, Tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
2. Peraturan Daerah Nomor 09 Tahun 2019, tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Metro.
- MEMPERHATKAN : MAKSUD SURAT TERSEBUT.
- DENGAN INI MEMBERIKAN REKOMENDASI KEPADA
- Nama : **YOPPI KUSUMAJATI**
NPM : 14119774
Pekerjaan/Jabatan : Mahasiswa
Alamat : Metro
Lokasi Penelitian : Dinas Perdagangan Kota Metro
Jangka waktu : 1 (satu) Bulan
Pengikut / Anggota : -
Penanggung Jawab : Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
Tujuan : Mengadakan Penelitian dengan judul : "**MEKANISME PENETAPAN HARGA SAYURAN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY KASUS PEDAGANG PASAR CENDRAWASIH KOTA METRO)**"
- Catatan : 1. Setelah selesai mengadakan Research/Survey/Pengabdian/Penelitian/KKN/KKL/KKS/PPL agar melaporkan hasilnya secara tertulis kepada Walikota Metro Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik.
2. Tidak diperkenankan mengadakan kegiatan lain diluar izin yang diberikan dan apabila terjadi penyimpangan maka Izin dicabut.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 09 Juni 2020

Pit. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
KOTA METRO

Tembusan :

1. Walikota Metro (sebagai laporan)
2. Kapolres Metro
3. Dandim 0411/LT
4. Inspektur Kota Metro
5. Kupa'a Sat Pol PP Kota Metro
6. Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro


DENNY FERDINAN S.RAYA,SH
PEMBINA
NIP. 196312221994031004



PEMERINTAH KOTA METRO DINAS PERDAGANGAN

Jl. KH. Arsyad No. 03 Kota Metro Telp/Fax (0725) 7850571

Metro, Juni 20

Nomor : 510/2/2/D.18.02/2020
Lampiran : -
Perihal : Keterangan Penelitian

Kepada yth.
Kepala Dekan Fakultas Stariah
IAIN Kota Metro

Di -
Tempat

Dasar :

1. Surat dari IAIN Metro Nomor : 1044/In.28/D.1/TL.00/04/2020 tanggal 27 April 2020 perihal Izin Reseach;
2. Surat Kepala Kantor Kesbang dan Politik Kota Metro Nomor: 070/81/B-6/REG/2020 perihal Rekomendasi Izin Research/ Survey/Pengabdian/ Penelitian/ KKN/KKL/KKS/PPL;

Berdasarkan hal tersebut diatas, dapat kami sampaikan bahwa :

Nama : Yopi Kusumajati
NPM : 14119774
Pekerjaan/Jabatan : Mahasiswa IAIN Metro
Alamat : Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Iringmulyo Kota Metro

Telah melaksanakan penelitian untuk kepentingan skripsi dengan judul " MEKANISME PENETAPAN HARGA SAYURAN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY KASUS PEDAGANG PASAR CENDRAWASIH KOTA METRO) " di Pasar Tradisional Kota Metro dan Dinas Perdagangan Kota Metro.

Demikian surat keterangan ini kami buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

An. KEPALA DINAS PERDAGANGAN
KOTA METRO
SEKRETARIS


Drs. TROPICANA
Pembina Tk. I
NIP. 19631026 198601 1 001



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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yoppi Kusumajati Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 14119774 Semester / T.A : XII/2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
			<i>Hal. Mumpuni</i>	<i>[Signature]</i>

Pembimbing I

Drs. Dri Santoso, MH
NIP. 196703161995031001

Mahasiswa Ybs,

Yoppi Kusumajati
NPM. 14119774



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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Yoppi Kusumajati Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 14119774 Semester / T.A : XI/2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
			<i>Ace. proposal out line</i>	

Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Drs. Dri Santoso, MH
NIP. 196703161995031001

Yoppi Kusumajati
NPM. 14119774



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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Yoppi Kusumajati Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 14119774 Semester / T.A : XI/2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
			<i>Alge. Pendek Koran</i>	<i>A</i>

Pembimbing I

Drs. Dri Santoso, MH
NIP. 196703161995031001

Mahasiswa Ybs,

Yoppi Kusumajati
NPM. 14119774



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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Yoppi Kusumajati Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 14119774 Semester / T.A : XI/2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Rabu 9-10-19		file di Cominca le au-	

Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Drs. Dri Santoso, MH
NIP. 196703161995031001

Yoppi Kusumajati
NPM. 14119774



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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yoppi Kusumajati Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 14119774 Semester / T.A : XII/2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
			Ada bab IV-V dapat di angkat ke pemb I	

Pembimbing II

Rina Elmaza, S.H.L., M.S.I
NIP.198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

Yoppi Kusumajati
NPM. 14119774



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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yoppi Kusumajati Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 14119774 Semester / T.A : XII/2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		Rina Elmaza	Sesuai data indikator penjualan harga yg ada dilampiran berdasarkan teori	
			Sesuai dg pertanyan kesimpulan dari pertanyan peneliti	

Pembimbing II

Rina Elmaza, S.H.I., M.S.I
NIP.198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

Yoppi Kusumajati
NPM. 14119774



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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Yoppi Kusumajati Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 14119774 Semester / T.A : XI/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 03-03-20	Rina Elmaza	- Kata-kata di Arbaiki penulisan - Pembahasan disesuaikan Secara Jelas - Validasi Pedagang Informasi terkait Penetapan harga Sayuran berdasarkan teori indikator Penetapan harga	 

Pembimbing II



Rina Elmaza, S.H.I., M.S.I
NIP.198401232009122005

Mahasiswa Ybs,



Yoppi Kusumajati
NPM. 14119774



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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Yoppi Kusumajati Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 14119774 Semester / T.A : XI/2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
			ACC pendakwaan 626 i - iii	

Pembimbing II

Rina Elmaza, S.H.I., M.S.I
NIP.198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

Yoppi Kusumajati
NPM. 14119774



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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Yoppi Kusumajati Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 14119774 Semester / T.A : XI/2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 1-10-19		<ul style="list-style-type: none">- Tulis jumlah Pedagang Sejumlah 99 orang- Step-step Teknik analisis data <p>Acc bab 1 - iii dapat disingkat kan la pem I</p>	 

Pembimbing II



Rina Elmaza, S.H.I., M.S.I
NIP.198401232009122005

Mahasiswa Ybs,



Yoppi Kusumajati
NPM. 14119774



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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Yoppi Kusumajati Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 14119774 Semester / T.A : XI/2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Senin 22-07-19	Rina Elmaza, S.H.I., M.S.I	• Jabarkan bab I nya	
2	Jumat 09-08-19		• bisnis dan bisnis dlm Islam • mekanisme penetapan harga • Harga per surveyor	
3	Selasa 03-09-19		• Prolognya dikurangi langsung mtinga • dlm paragraf berisi 3-5 baris • Huruf besar dan huruf kecil	

Pembimbing II



Rina Elmaza, S.H.I., M.S.I
NIP.198401232009122005

Mahasiswa Ybs,



Yoppi Kusumajati
NPM. 14119774



**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
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-496/ln.28/S/U.1/OT.01/06/2020**

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

Nama : Yoppi Kusumajati
NPM : 14119774
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 14119774.

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, 22 Juni 2020
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd
NIP.1958083119810301001

Foto Dokumentasi





RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Yoppi Kusumajati, lahir di Metro pada tanggal 18 Mei 1996 merupakan putra ke lima lima Bapak Djoko Santoso dan Ibu Sri Sumarti. Peneliti menyelesaikan pendidikan dasar di TK Pertiwi kota Metro dari tahun 2002-2003, kemudian melanjutkan ke Sekolah Dasar (SD) Pertiwi Teladan kota Metro dari tahun 2003-2008, Selanjutnya melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) Kartikatama Metro dari tahun 2008-2011, kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Kartikatama Metro dari tahun 2011-2014, dan kemudian pendidikan di Institut Agama Islam Negri (IAIN) Jurai Siwo Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Progam Studi Ekonomi Syari'ah.