SKRIPSI

STRATEGI HARGA DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM
(Studi Di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung)

Oleh :
RIRIN DESIANA SARI
NPM. 1289104

Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
1439 H/2018 M

STRATEGI HARGA DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM
(Studi Di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung)

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

Oleh:
RIRIN DESIANA SARI
NPM. 1289104

Pembimbing I : Liberty, S.E., M.A.
Pembimbing II : Selvia Nuriasari, M.E.I.

Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
1439 H/2018 M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi	: **STRATEGI HARGA DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM (Studi di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung)**
Nama	: **Ririn Desiana Sari**
NPM	: 1289104
Jurusan	: Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Januari 2018

Pembimbing I	Pembimbing II
Liberty, SE., MA	**Selvia Nuriasari, M.E.I**
NIP. 19740824 200003 2 002	NIP. 19810828 200912 2 003

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyah
Saudari Ririn Desiana Sari

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

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **Ririn Desiana Sari**
NPM : 1289104
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **STRATEGI HARGA DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM (Studi di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung)**

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

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Januari 2018

Pembimbing I	Pembimbing II
Liberty, SE., MA	**Selvia Nuriasari, M.E.I**
NIP. 19740824 200003 2 002	NIP. 19810828 200912 2 003

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

PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor : 0465/In.28.3/D/PP.00.9/02/2018

Skripsi dengan Judul: STRATEGI HARGA DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM (Studi di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung), disusun oleh Ririn Desiana Sari, NPM.1289104, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu / 31 Januari 2018.

TIM MUNAQOSYAH:

Ketua/Moderator	: Nizaruddin, S.Ag., MH	(.....)
Penguji I	: Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I	(.....)
Penguji II	: Selvia Nuriasari, M.E.I	(.....)
Sekretaris	: Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy	(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

ABSTRAK

STRATEGI HARGA DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM
(Studi Di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung)

Oleh:
RIRIN DESIANA SARI

Munculnya swalayan-swalayan baru membuat semakin banyak kompetitor atau pesaing *swalayan* di Kota Metro. Melihat miringnya harga yang diberikan pihak kompetitor membuat pihak manager memikirkan bagaimana cara agar pelanggan setia PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung tetap loyal dan bisa menjadikan Chandra Swalayan dapat tetap eksis. Di Chandra *Super Store* banyak *brand-brand* yang ada dibawah naunganny. Seperti yang termasuk dalam barang-barang konsinyasi atau barang titipan seperti *Brand Crocodile, Foxton, Cardinal, Sierra Morena, dan Jobb* salah satunya adalah brand *Manly*, yaitu *brand* yang salah satu diantara *brand-brand* lainnya yang terdapat *Supervisor* untuk mengawasi jalannya penjualan. Hari besar menjelang Idul Fitri dianggap momen paling tepat untuk memaksimalkan volume penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi harga yang digunakan dalam memenangkan persaingan dan keuntungan yang tinggi. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan penjualan tanpa menghiraukan ajaran-ajaran Islam yang ada. Sehingga terjalin keseimbangan antara penjual dan pembeli.

Penelitian ini termasuk penalitian lapangan (*field research*) dan bersifat deskriptif kualitatif. Data yang digunakan berupa data primer yaitu data dasar yang langsung dikumpulkan dari berbagai sumber dari manager dan supervisor. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan dokumentasi. Kemudian data-data yang terkumpul dianalisa dengan menggunakan cara berfikir induktif yaitu menarik kesimpulan dengan kenyataan yang bersifat khusus kemudian peneliti menyimpulkan menjadi kesimpulan yang umum.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi harga yang digunakan dengan memberikan discoun kuantitas. Yang dianggap mampu meningkatkan volume penjualan yang tinggi dan menghabiskan stok barang yang ada. Dengan memilih momen menjelang lebaran yang dianggap momen ramai. Diskon harga yang diberikan seperti *BUY 1 DISC 30% BUY 2 DISC 50% , BUY 1 DISC 50% BUY 2 DISC 50%+20% , dan BUY 1 SP 169.000 BUY 2 SP 269.000* . Namun strategi harga yang ditentukan PT. Sekawan Chandra Abadi dengan Brand Manly masih sesuai dengan Prinsip Ekonomi Islam karena tidak adanya penipuan dalam meningkatkan harga dan barang yang dijual masih bisa dirasakan manfaatnya oleh pelanggan.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: RIRIN DESIANA SARI
NPM	: 1289104
Progran Studi	: Ekonomi Syariah
Jurusan	: Syariah dan Ekonomi 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, Januari 2018
Yang menyatakan

METERAI TEMPEL
96AEF847325004
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Ririn Desiana Sari
NPM. 1289104

MOTTO

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ
تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

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 [4]: 29)[1]

[1] Departeman Agama RI, *A-Qur'an dan Terjemahannya*, (Solo: PT. Qomari Prima Publisher, 2007), h. 108

PERSEMBAHAN

Terucap syukur kepada Allah atas limpahan rahmat dan nikmat yang tak terhingga. Ku persembahkan skripsi ini sebagai bentuk bukti, dan kasih sayangku kepada:

1. Ayah dan Ibuku tercinta (Ayah Syarifudin dan Ibu Umi Lamiyati) yang senantiasa membimbing, membesarkanku dengan penuh kasih sayang dan tak pernah lelah berdoa untuk keberhasilanku.
2. Kakakku tersayang (Emy Yuliana Sari) yang selalu memberiku semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Adikku Tersayang (Arif Rizky Saputra) yang selalu memberiku semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Liberty, S.E., M.A. dan Ibu Selvia Nuriasari, M.E.I. selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, saran serta masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Sahabat dan Teman-teman ESy angkatan 2012 yang telah bersama memberikan semangat dan keceriaan selama perkuliahan. Untuk Sahabatku Eka Ismayawati, Laila Ambarwati, Wiwik Indrayani, dan Neswi Wahyuni thank’s sobat atas bantuannya selama ini dan teman-teman sekalian semoga berhasil dan sukses buat kita semua.
6. Almamater Tercinta IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur kepada Allah SWT, atas taufik dan hidayah-Nya, sehigga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Sholawat serta salam hanya tercurah kepada manusia mulia ialah Nabi Muhammad SAW, atas perjuangan beliaulah kita dapat saling mengenal dan menjalin tali Ukhuwah Islamiyah.

Selanjutnya, berkaitan dengan penyusunan Skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada segenap civitas Akademika Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Syariah IAIN Metro Lampung, baik secara kelembagaan maupun perorangan.Ucapan terima kasih terutama peneliti ucapkan kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag. selaku Ketua IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Rina El Maza, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Ibu Liberty, S.E., M.A. sebagai Dosen Pembimbing I dan Ibu Selvia Nuriasari, M.E.I. sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penyusunan Skripsi ini.
5. Kepada seluruh dosen pada umumnya dan karyawan IAIN Metro Lampung atas waktu dan fasilitas yang disediakan dalam rangka memudahkan penelitian dalam pengumpulan data
6. Bapak Agung Arifin selaku Manager Store PT.Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.

7. Ibu Anisa selaku Personalia dan Youshe Nena Archo Selaku Supervisor Manly yang telah memberikan izin penelitian di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung yang membantu dalam hal kelengkapan penelitian.

Kritik dan saran demi perbaikan Skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima sebagai bagian untuk menghasilakan penelitian yang lebih baik. Pada akhirnya penulis berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan tentang Ekonomi Syari'ah

Metro, Januari 2018
Peneliti

Ririn Desiana Sari
NPM. 1289104

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iii**
HALAMAN NOTA DINAS ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN ..... **vii**
HALAMAN MOTTO ..... **viii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Pertanyaan Penelitian 6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 6
D. Penelitian Relevan 7

BAB II LANDASAN TEORI
A. Strategi Harga 11
1. Pengertian Strategi Harga 11
2. Tujuan Strategi Harga 15
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga 16
4. Penyesuaian-Penyesuaian Khusus Terhadap Harga 17
B. Harga dalam Ekonomi Islam 18
1. Teori Harga dalam Islam 18
2. Penetapan Harga dalam Islam 20
C. Prinsip Ekonomi Islam 23
1. Pengertian Ekonomi Islam 23
2. Asas-asas Ekonomi Islam 24
3. Prinsip-prinsip Ekonomi Islam 25
4. Prilaku Bisnis yang Tidak Sesuai Menurut Islam 27

BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis dan Sifat Penelitian 29
B. Sumber Data 30
C. Teknik Pengumpulan Data 33
D. Teknik Analisis Data 34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Perusahaan PT. Sekawan Chandra Abadi Metro 36
1. Profil PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung 36
2. Struktur Organisasi PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung 42
B. Strategi Harga di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung . 44
C. Analisis Strategi Harga di Tinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam... 50

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 55
B. Saran 56

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Outline
2. Alat Pengumpul Data (APD)
3. Surat Keputusan (SK) Bimbingan
4. Surat Tugas
5. Surat Keterangan Izin Research
6. Kartu Konsultasi Bimbingan
7. Laporan Penjualan Harian Tahun 2016-2017

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa perkembangan yang pesat dibidang usaha. Sejalan dengan itu banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak dibidang bisnis retail yang berbentuk toko, minimarket, *departement store* (toserba), pasar swalayan (*supermarket*) dan lain-lain hampir disetiap kabupaten atau kota bahkan desa di Indonesia. Salah satu sektor usaha retail yang bermunculan adalah swalayan. Dengan makin majunya perkembangan jaman, maka selera konsumen makin cepat berubah dan konsumen makin selektif dalam memilih tempat berbelanjanya. Berkembangnya jaman juga menyebabkan makin sengitnya persaingan dibidang retail. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk mengarahkan segenap kemampuan dan strateginya, agar bisa memenangkan persaingan.

Semakin banyak persaingan perusahaan, membuat konsumen memiliki banyak pilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan, sehingga konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihannya, sehingga memaksa perusahaan untuk menampilkan produk-produk yang inovatif, kreatif dan berdaya saing sehingga dapat menarik hati para konsumen. Selain dengan menampilkan produk-produk yang unggul perusahaan harus mampu dalam melakukan pemasaran atas produk yang dibuatnya, karena sebagus

apapun produk yang dihasilkan ketika perusahaan tidak dapat memasarkan produk tersebut maka dapat dipastikan perusahaan tidak dapat bertahan dalam melangsungkan kehidupannya. Dengan kata lain harga adalah salah satu penentu berlangsungnya sebuah perusahaan.

Aktivitas pemasaran dalam perusahaan tentunya dipengaruhi oleh manajemen pemasarannya. Oleh karena itu manajemen pemasaran merupakan hal penting yang memiliki peranan yang kuat dalam mencapai tujuan sedangkan tugas dari manajemen pemasaran itu sendiri adalah melakukan perencanaan mengenai bagaimana mencari peluang pasar untuk melakukan pertukaran barang dan jasa dengan konsumen. Setelah itu, manajemen pemasaran mengilmplementasikan rencana tersebut dengan cara melaksanakan strategi-strategi harga untuk menciptakan dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan konsumen demi tercapainya tujuan perusahaan.

Peranan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas. Dalam keadaan persaingan yang semakin tajam ini peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan dipasar, yang tercermin dalam share pasar, disamping untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan.

Strategi harga menurut Fandy Tjiptono harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Disamping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Harga juga merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang

ditukar agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa.[1]

Dengan demikian dapat disimpulkan strategi harga yang ditetapkan perusahaan bisa memberikan pemasukandan pendapatan perusahaan untuk memperoleh hak kepemilikan atau pengunaan barang atau jasa.

Setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Dengan kata lain, strategi harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen. Dapat disimpulkan bahwa strategi harga adalah kunci perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan yang mampu mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan.

Munculnya swalayan-swalayan baru membuat semakin banyak kompetitor atau pesaing *swalayan* di Kota Metro, sehingga diantara perusahaan sejenis terjadi persaingan yang ketat guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Melihat miringnya harga yang diberikan pihak kompetitor membuat pihak manager memikirkan bagaimana cara agar pelanggan setia PT. Sekawan Chandra Abadi metro Lampung tetap loyal dan tidak kehilangan pelanggan yang bisa menjadikan Chandra Swalayan dapat tetap eksis seperti sebelumnya.[2]

Seperti halnya yang ada di Chandra *Super Store* banyak *brand-brand* yang ada dibawah naungannya, dari *brand-brand* yang terkenal dan sudah banyak dinikmati oleh konsumen, brand-brand yang memiliki kualitas bagus,

---

[1] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), h.151
[2] Wawancara oleh Manager Store, bapak Agung Arifin, tgl 09 Juli 2016

maupun *brand-brand* yang dapat dikonsumsi oleh konsumen menengah kebawah. Dari kebutuhan pokok, pakaian maupun alat-alat elektronik. Semua tersedia di Chandra *Super Store* untuk memenuhi kebutuhan para konsumen, sehingga memudahkan konsumen mencari apa yang dibutuhkan para konsumen. Seperti halnya *brand-brand* yang ada di *departement* store area pakaian formal pria dewasa yang termasuk dalam barang-barang konsinyasi atau barang titipan seperti *Brand Crocodile, Foxton, Cardinal, Sierra Morena, dan Jobb* salah satunya adalah brand *Manly*, yaitu *brand* yang salah satu diantara *brand-brand* lainnya yang terdapat *Supervisor* untuk mengawasi jalannya penjualan yang menyediakan pakaian pria dewasa formal. Dalam produknya *Manly* memiliki produk berupa pakaian kemeja pria dewasa, dasi kantor maupun celana dasar. Namun dalam rangka meramaikan penjualan pada saat ramadhan atau menjelang idul fitri *Manly* juga memproduksi baju koko dewasa, dimana pada saat menjelang idul fitri inilah biasanya para konsumen khususnya umat muslim mencari pakaian muslim yaitu baju koko. Hari besar menjelang Idul Fitri dianggap momen paling tepat untuk memaksimalkan volume penjualan.

Hasil pra survey kepada *Manager store* PT. Sekawan Chandra Abadi yaitu Bapak Agung Arifin, dalam wawancara beliau menjelaskan bahwa: “sekarang ini banyak swalayan-swalayan yang ada disekitar Metro, jadi harus pinter-pinternya kita gimana caranya supaya kita gak kehilangan konsumen, jadi kita pilih buat menentukan momen yang cocok buat menarik konsumen tetep belanja di store kita, momen-momen tertentu buat ngedongkrak omset penjualan, momen-momen itu dipilih saat Ulang Tahun Chandra Metro yang jatuh dibulan maret, momen-momen hari besar (agustusan dan hari besar lainnya), menjelang idul fitri dan juga momen BIG SALE yang diadakan disetiap bulan November dengan memberikan diskon besar-besaran yang tujuannya meningkatkan omset dan juga menghabiskan stok barang yang

tersedia. sehingga menjelang tutup tahun barang yang tersedia sudah habis terjual, agar dapat menjual produk terbaru menjelang pergantian tahun."[3]

Hari besar yang telah ditentukan inilah pihak Manager toko memberikan para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan yang diperlukan. salah satu strategi harga yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan yang diinginkan maupun yang dibutuhkan konsumen yang mampu meningkatkan penjualan dan mengatasi persaingan atau kompetitor yang ada yaitu dengan memberikan diskon atau potongan harga sebagai penghargaan atas aktivitas dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual, biasanya diskon atau potongan harga ini diwujudkan dalam bentuk tunai ataupun barang dengan maksud untuk menarik konsumen. Besarnya diskon atau potongan harga yang diberikan kepada pelanggan disesuaikan menurut ketentuan yang ditetapkan oleh perusahan *brand* masing-masing, namun tetap memberikan diskon atau potongan harga di hari biasa sebesar 20% - 30% saja, tidak sebanyak seperti saat moment hari besar yang telah ditentukan oleh perusahaan masing-masing.

Seperti halnya *Brand Manly* untuk meningkatkan volume penjualan dan menghabiskan stok barang yang ada dengan memanfaatkan moment ramai seperti menjelang Idul Fitri untuk memberikan diskon atau potongan harga yang beragam. Diskon atau potongan harga yang diberikan untuk pelanggan yaitu Buy 1 Disc 30% Buy 2 Disc 50%, Buy 1 Disc 50% Buy 2 Disc 50%+20%, Buy 1 SP 169.000 Buy 2 SP 269.000 dan berbagai macam besaran diskon atau potongan harga sesuai dengan moment yang sudah ditentukan oleh manager.

[3] Wawancara oleh Manager Store, bapak Agung Arifin, tgl 09 juli 2016

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan menghadapi persaingan yang ada PT. Sekawan Chandra Abadi menetapkan strategi harga agar dapat meningkatkan persaingan maupun mengatasi persaingan yang ada. Dengan memberikan diskon atau potongan harga pada moment atau hari besar yang telah ditentukan. Sehingga konsumen merasa senang berbelanja di PT. Sekawan Chandra Abadi untuk memenuhi kebutuhannya.

B. Pertanyaan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, yang menjadi pertanyaan masalah adalah sebagai berikut :

Bagaimana Strategi Harga yang dilakukan PT. Sekawan Chandra Abadi ditinjau dalam Prinsip Ekonomi Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Strategi Harga di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung ditinjau dalam Prinsip Ekonomi Islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Secara Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran dalam pengembangan keilmuan. Serta menambah wawasan tentang strategi harga ditinjau dari Prinsip Ekonomi Islam.

b. Manfaat Secara Praktis

Peneliti ini juga dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi Manager PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan strategi harga. Dan sebagai sumbangan pemikiran bagi semua pihak yang berkaitan, untuk mengetahui dan memahami Strategi harga ditinjau dari prinsip Ekonomi Islam.

D. Penelitian Relevan (*Prior Research)*

Penelitian relevan (*Prior Research)* berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang dikaji. Peneliti melihat beberapa penelitian yang berhubungan dengan tema yang akan dibahas dalam penelitian ini. Oleh karena itu didalam kajian ini dipaparkan tentang penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Dalam skripsi peneliti menemukan judul tentang *Strategi Bauran Pemasaran Tentang Promosi Pada Toko Sepatu Bata Metro Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, Penelitian diteliti oleh Bowo Setiawan Jurusan Syariah Prodi Ekonomi Islam STAIN Jurai Siwo Metro, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pemberian potongan harga yang dilakukan Toko Sepatu Bata Metro sesuai dengan Etika Bisnis Islam. Jika dalam penerapannya untuk mendapatkan diskon potongan harga perusahaan Bata menerapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhi oleh konsumen. Jika tidak terpenuhi maka konsumen tidak mendapatkan potongan harga, seperti syarat pembelian minimal Rp. 200.000, apabila konsumen membeli barang dengan total

Rp. 199.000, maka konsumen tetap tidak mendapatkan potongan harga dan pemberian diskon tinggi hingga mencapai sebesar 70% akan tetapi barang yang dijual dalam kondisi cacat atau tidak lengkap.[4]

Penelitan Relevan (*prior research)* berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Dalam skripsi peneliti menemukan judul tentang *Pengaruh Pemasaran Terhadap Peningkatan Pembiayaan Al-Murabahah BMT Fajar Metro Tahun 2006.* Penelitian diteliti oleh Siti Aminah, Jurusan Syariah Prodi Ekonomi Islam STAIN Jurai Siwo Metro. Penelitian ini membahas tentang pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah pembiayaan. Metode yang digunakan adalah metode angket, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan rumus Chi Kuadrat (x^2). Hasil yang didapatkan yaitu menunjukan bahwa ada pengaruh promosi terhadap peningkatan pembiayaan Al-Murabahah.[5]

Penelitian Relevan *(Prior Research)* berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Dalam Internet peneliti menemukan penelitian skripsi yang berjudul *Analisis Pengaruh Strategi Harga, Strategi Produk, dan Desain Atmosfer toko Terhadap Minat Beli Konsumen,* oleh Abraham Firdaus Ghiffari, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, dengan permasalahan peralihan jenis kebutuhan hidup dan pola konsumsi masyarakat didorong oleh pola hidup masyarakat yang bisa berubah

---

[4] Bowo Setiawan, *Strategi Bauran Pemasaran Tentang Promosi Pada Toko Sepatu Bata Metro Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam,* (Metro, STAIN Jurai Siwo METRO 2013), h.8

[5] Siti Aminah, *Pengaruh Pemasaran Terhadap Peningkatan Pembiayaan Al- Murabahah BMT Fajar Metro Tahun 2006, (Metro: STAIN Jurai Siwo Metro, 2006), h.52*

seiring dengan terus meningkatnya tingkat pendapatan masyarakat. Peningkatan pendapatan mendorong pola hidup yang lebih modern, salah satunya masyarakat mulai paham pentingnya kesenian sebagai salah satu media hiburan. Terbukti dengan banyak munculnya ajang pencarian bakat ditayangkan ditelevisi, yang membuat munculnya berbagai toko musik yang tersebar diseluruh penjuru kota yang jumlahnya cukup banyak dan banyak toko musik yang memiliki ciri khas masing-masing, mulai dari kualitas barang, harga yang bervariasi hingga atmosfer dari toko musik yang bermacam-macam. Membuat toko K-musik menyediakan alat-alat musik dengan prosuk asli, dan menjual produk terkenal, yang bertujuan agar konsumen loyal terhadap merk yang menjadi aset berharga bagi toko K-musik. Salin itu K-musik juga sangat memperhatikan desain atmosfer toko tersebut, dari segi parkir, bangunan yang luas, dan memberi warna-warna menarik dan poster didinding untuk memperindah dinding dan menarik pengunjung. Serta toko K-musik juga memberikan diskon atau potongan harga untuk menarik konsumen dalam menghadapi banyak persaingan yang ada.[6]

Adapun penelitian yang peneliti lakukan tentang Strategi Harga ditinjau dari Prinsip Ekonomi Islam ini lebih ditekankan pada bagaimana Strategi Harga di PT. Sekawan Chandra Abadi yang memberikan sistem diskon untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaiman Strategi Harga yang dikelola PT. Sekawan Chandra Abadi ditinjau dari Prinsip Ekonomi Islam. Jika dibandingkan dengan

[6] Abraham Firdaus Ghiffari, *Analisis Pengaruh Strategi Harga, Strategi Produk, dan Desain Atmosfer toko Terhadap Minat Beli Konsumen,* (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma), diunduh tanggal 10 februari 2017

penelitian sebelumnya nampak jelas bahwa objek penelitian yang peneliti lakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian yang akan dikaji oleh peneliti dalam penelitian ini lebih terfokus pada pelaksanaan Strategi Harga ditinjau dari Prinsip Ekonomi Islam yang dilakukan oleh PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung.

Dari penjelasan diatas maka dapat ditegaskan bahwa skripsi yang peneliti teliti berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya di IAIN Metro.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Harga

1. Pengertian Strategi Harga

Strategi secara etimologi berasal dari bahasa yunani "*strategos"* (*strator*= militer dan *ag*= memimpin), yang berarti "*generalship"* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral perang dalam membuat rencana untuk memenangkan peperangan.[1] Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi.[2]

Menurut Pandji Anoraga, strategi merupakan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi (perusahaan) untuk mencapai tujuannya[3]. Strategi merupakan cara yang direncanakan dan disusun sedemikian rupa sehingga mempermudah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu rencana meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian guna mencapai tujuan suatu perusahaan dan memenangkan adanya persaingan dengan perusahaan lain.

---

[1] Heflin Frinces, *Strategi Konsepsi Memenangkan Perang Bisnis,* (Yogyakarta: Mida Pustaka, 2007), cet 1, h.79-80

[2] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran,* (Yogyakarta: ANDI, 2008) , h.3

[3] Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis,* (Jakarta: Rhineka Cipta, 2009), h.338

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga saat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga merupakan variabel yang dikendalikan dan yang menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal "murah atau mahal"nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Untuk mengatakannya perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual perusahaan lain.

Perusahaan perlu memonitor harga yang telah ditetapkan para pesaing harga yang ditentukan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi dan terlalu rendah. Bagian pemasaran melalui para tenaga penjualnya mempunyai peranan yang sangat penting dalam mencari dan mengumpulkan informasi yang sangat berguna untuk penetapan harga karena merekalah yang berhubungan langsung dengan konsumen.[4]

Menurut fandy Tjiptono harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan beri perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).[5]

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu moneter yang ditukarkan agar memperoleh kepemilikan dan mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

---

[4] Pandji Anoraga,*Managemen Bisnis*, h. 220
[5] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, h.151

Peranan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas. Dalam keadaan persaingan yang semakin tajam ini peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan dipasar, yang tercermin dalam *share* pasar, disamping untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan. Dengan kata lain, strategi harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen.

Strategi harga menurut Fandy Tjiptono harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Disamping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Harga juga merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukar agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa.[6]

Dapat disimpulkan bahwa strategi harga adalah kunci perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan yang mampu mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan.

Strategi harga yang mencerminkan pertimbangan tambahan yaitu *penetration pricing*, *skimming pricing*, penetapan harga mengikuti pemimpin pasar, penetapan harga variabel, dan penetapan harga fleksibel, yang akan dijelaskan dibawah ini:

---

[6] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), h.151

a. *Penetration Pricing*

Sebuah perusahaan yang menggunakan strategi *penetration pricing* menetapkan harga sebuah barang atau jasa kurang dari harga normalnya, harga pasar jangka panjang dengan tujuan untuk memperoleh penerimaan oleh pasar yang lebih cepat atau untuk meningkatkan pangsa pasar yaang sudah ada. Strategi ini kadang-kadang dapat menakutkan para pesaing baru untuk memasuki sebuah celah pasar jika mereka salah memandang bahwa *penetration price* sebagai sebuah harga panjang. Secara nyata, perusahaan menggunakan strategi ini mengorbankan jumlah profit margin untuk menjangkau penetration pasar.

b. *Skimming Pricing*

Strategi *skimming price* menetapkan harga barang atau jasa pada tingkat yang tinggi dalam waktu yang terbatas sebelum menurunkan harga tersebut, pada tingkat yang lebih kompetitif. Strategi ini mengasumsikan bahwa para konsumen tertentu akan membayar pada harga yang lebih tinggi karena mereka memandang sebuah barang atau jasa tersebut sebagai sebuah barang prestisius. Penggunaan *skimming price* paling praktis ketika terdapat sedikit ancaman dalam persaingan jangka pendek, ketika biaya awal harus ditutup secepatnya.

c. *Penetapan Harga Menurut Pemimpin Pasar*

Penetapan harga menurut pemimpin pasar menggunakan pesaing tertentu sebagai model dalam menetapkan harga barang atau jasa. Reaksi yang mungkin muncul dari pesaing adalah faktor kritis dalam menentukan kapan memotong harga dibawah harga yang berlaku saat ini.

d. *Penetapan Harga Fleksibel*

Daripada menggunakan total biaya sebagai dasar keputusan penetapan harga, banyaka perusahaan dengan strategi penetapan harga fleksibel mempertimbangkan kondisi pasar khusus dan praktik penetapan barang para pesaing.[7]

[7] *Ibid, h. 172-175*

2. Tujuan Strategi Penetapan Harga

Disamping untuk mengetahui lingkaran pasar dimana harga-harga itu akan ditetapkan, manager pemasaran haruslah merumuskan dengan jelas tujuan-tujuan perusahaannya. Sasaran terakhir penetapan harga yaitu memaksimumkan laba. Adapun tujuan penetapan harga itu sendiri, yaitu:

a. Penetapan harga untuk mencapai suatu target pengembalian atas investasi
b. Stabilitas harga dan margin
c. Penetapan harga untuk mencapai suatu target *market share* (bagian pasar)
d. Penetapan harga untuk memaksimalkan laba.[8]

Adapun tujuan penetapan harga oleh perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:

a. Untuk bertahan hidup
   Jika tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup, penentuan harga dilakukan semurah mungkin. Tujuannya adalah agar produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran dengan harga murah. Tapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.
b. Untuk memaksimalkan laba
   Penetapan harga bertujuan agar penjualan meningkat sehingga laba menjadi maksimal.
c. Untuk memperbesar *market share*
   Untuk memperbesar *market share* maksudnya adalah untuk memperluas atau memperbesar jumlah pelanggan. Penentuan harga yang murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan.
d. Mutu produk
   Tujuan penentuan harga dengan mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga

[8] Soemarsono, *Peranan Harga Pokok Dalam Penentuan Harga Jual,(Jakarta: Reineka Cipta,1990),h.94*

ditentukan setinggi mungkin karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dibanding harga pesaing.

e. Karena pesaing

Penentuan harga dengan dilihat harga pesaing bertujuan agar harga ditawarkan oleh kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing. Artinya dapat melebihi harga pesaing untuk produk tertentu atau sebaliknya bisa lebih rendah.[9]

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi tingkat Harga

Dalam kenyataan tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti :

a. Keadaan perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku.

b. Penawaran dan permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya, tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar. Penawaran merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada saat tingkat harga tertentu. Pada umumnya harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

c. Persaingan

Harga jual beberapa barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Dalam persaingan ini penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga yang lebih tinggi kepada pembeli yang lain.

d. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutupi biaya akan mengakibatkan kerugian, sebaliknya apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya,baik biaya produksi, biaya operasi maupun non operasi maka akan menghasilkan keuntungan.

e. Tujuan perusahaan

Penentuan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya. Tujuan-tujuan yang hendak dicapai tersebut antara lain:

1) Laba maksimum
2) Volume penjualan tertentu

---

[9] Kasmir, *Kewirausahaan Edisi Revisi,* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), h.191-192

3) Penguasaan pasar
4) Kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu.

f. Pengawasan pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha kearah monopoli.[10]

4. Penyesuaian-Penyesuaian Khusus terhadap Harga

Penyesuaian-penyesuaian khusus terhadap harga menurut daftar (*List Price)* terdiri atas diskon. Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari konsumen yang menyenangkan bagi perusahaan. Dalam strategi pemasaran dikenal empat bentuk diskon, yaitu: diskon kuantitas, diskon musiman, diskon kas (*cash discount)* dan *trade discount*.

a. Diskon kuantitas

Diskon kuantitas merupakan potongan harga yang diberikan guna mendorong konsumen agar membeli dalam jumlah yang lebih banyak, sehingga meningkatkan volume penjualan secara keseluruhan.

Diskon kuantitas bisa diterapkan berdasarkan berbagai ukuran, misalnya nilai (dalam rupiah) barang yang dibeli, jumlah unit barang yang dibeli, dan sebagainya. Dalam praktik diskon kuantitas sering tidak berwujud potongan tunai, melainkan berupa tambahan unit yang diterima untuk jumlah pembayaran yang sama (bonus atau *free goods*) yang diberikan kepada konsumen yang membeli dalam jumlah besar.

b. Diskon musiman

Diskon musiman adalah potongan harga yang diberikan hanya pada masa-masa tertentu saja.diskon musiman digunakan untuk mendorong konsumen agar membeli barang yang sebenarnya baru akan dibutuhkan beberapa waktu mendatang. Dengan demikian, diskon musiman berpengaruh pada pola pembelian konsumen. Bagi konsumen sendiri, diskon musiman memberikan beberapa manfaat, yaitu: harga produknya murah, konsumen bisa berbelanja lebih leluasa

[10] Basu swastha dan ibnu sukarjo, *PengantarBisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern),* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), h.211-215

dan terhindar dari antrian panjang yang biasa terjadi bila mereka berbelanja pada musim ramai, dan biasanya pada menjelang hari H ada kemungkinan terjadi lonjakan harga sebagai akibat dari besarnya permintaan. Sehingga bila konsumen berbelanja dari hari-hari sebelumnya, konsumen akan terhindar dari situasi tersebut.

c. Diskon kas (*cash discount)*

Dalam berbagai transaksi jual-beli sering kali diterapkan cara pembayaran kredit. Melalui cara ini pembeli memperoleh manfaat berupa lebih singkatnya jangkawaktu perputaran dana. Tetapi cara ini dapat memberatkan para penjual karena dana yang terikat pada piutang dalam jangka waktu yang cukup lama. Oleh karena itu, penjual akan berusaha mengurangi jumlah kredit dengan cara menawarkan diskon kas, yang merupakan potongan yang diberikan apabila pembeli membayar tunai barang-barang yang dibelinya atau membayarnya dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian transaksi.

d. Trade (*Functional) Discount*

Trade discount diberikan oleh produsen kepada para penyalur (*wholesaler* dan *reatailer)* yang terlibat dalam mendistribusikan barang dan pelaksanaan fungsi-fungsi tertentu, seperti penjualan, penyimpanan dan *record retailer.* Namum yang biasanya menggunakan *Trade discount* antara lain makanan, obat-obatan dan perangkat keras. [11]

B. Harga Dalam Ekonomi Islam

1. Teori Harga dalam Islam

Transaksi pasar bekerja berdasarkan harga. Ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar, pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Oleh karena itu Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.

Konsep harga dalam Islam dapat dirujuk kepada Hadist Rasulullah SAW, sebagaimana disampaikan oleh Anas RA, sehubungan dengan

[11] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran,* h.166-168

adanya kenaikan harga-harga dikota madinah. Hadist tersebut diriwatkan sebagai berikut:

Abu Daud:

حَدَّ ثَنَا عُثْمَا نُ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا عَفَّانُ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ أَخْبَرَنَا ثَا بِتٌ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ وَقَتَادَةَ وَحُمَيْدٌ عَنْ أَنَسٍ قَالَ النَّاسُ يَا رَسُولَ اللهِ غَلاَ السَّعْرُ فَسَعَّرْ لَنَ فَقَالَ رَسُو لُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللهَ هُوَ الْمُسَعَّرُ الْقَابِضُ الْبَا سِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لَأَ رْجُو أَنْ أَلْقَى اللهَ وَلَيسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَا لِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَ مٍ وَلاَ مَالٍ

Anas bin Malik r.a beliau berkata: "Ya Rasul ! harga barang menjadi mahal, tentukanlah harga bagi kami, "Nabi SAW bersabda, "Allah sendirilah yang menentukan harga. Dialah yang mengekang dan melepas serta pemberi rezeki. Aku berharap akan bertemu Allah dalam keadaan tidak ada seorang pun dari kalian yang menggugat diriku karena aku pernah berbuat zalim, baik terhadap jiwa maupun harta."

Dari hadist tersebut dapat dipahami bahwa Nabi SAW menganjurkan umatnya untuk memanfaatkan mekanisme pasar dalam penyelesaian masalah ekonomi dan menghindari sistem penetapan harga oleh otoritas negara kalau tidak terlalu diperlukan. Dalam Islam negara dilarang mencampuri, karena Islam menganjurkan agar harga diserahkan pada mekanisme pasar sesuai kekuatan Permintaan dan penawaran.[12]

Inilah teori ekonomi Islam mengenai harga. Rasulullah SAW dalam hadis tersebut tidak menentukan harga, ini menunjukan bahwa harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar. Rasulullah menolak

[12] Ilfi Nurdiana, *Hadis-hadis Ekonomi*, (Bandung: Maliki Press, 2012), h.49-50

tawaran itu dan mengatakan bahwa harga di pasar tidak boleh ditetapkan, karena Allah-lah yang menentukannya.

2. Penetapan Harga dalam Islam

Penetapan harga menurut Adiwarman Karim mengemukakan bahwa konsep Islam dalam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dana penawaran yang terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi tersebut.[13]

Suka sama suka disini bermakna kedua belah pihak sama-sama suka dan mengetahui keadaan masing-masing, dimana penjual dan pembeli mengetahui secara langsung kelebihan dan kekurangan dari barang tersebut, sehingga semua pihak mendapatkan kepuasan.

Konsep penentuan harga juga banyak menjadi daya tarik bagi pemikir Islam dengan menggunakan kondisi ekonomi di sekitarnya dan pada masanya, pemikir tersebut adalah sebagai berikut:

a. Konsep kosep harga Abu Yusuf

> Abu yusuf adalah seorang mufti pada kekhalifahan Harun Al-Rasyid. Abu Yusuf menulis buku pertama tentang sistem perpajakan dalam Islam yang berjudul kitab *Al-Kharaj*. Abu Yusuf tercatat sebagai ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme pasar. Abu yususf memperhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Abu Yusuf juga mengajukan pertama kali tentang teori permintaan dan persediaan dan pengaruhnya terhadap harga.
>
> Fenomena terjadi pada masa Abu Yusuf sebagaimana dikutip oleh Adiwarman Azwar Karim adalah, ketika terjadi kelangkaan

[13]Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam (edisi 3), (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h.152*

barang maka harga akan cenderung tinggi, sedangkan pada barang tersebut melimpah, maka harga cenderung akan turun atau lebih rendah. Abu Yusuf sebagaimana dikutip oleh Muhammad, mengatakan:

Tidak ada batasan tertentu tentang murah atau mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya, prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga dengan mahal tidak disebabkan karena kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah, kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi murah. [14]

Pandangan Abu Yusuf di atas menunjukan adanya hubungan negatif antara persediaan (*Supply)* dengan harga. Hal ini adalah benar harga itu tidak tergantung pada persediaan itu sendiri, oleh karena itu berkurangnya atau bertambahnya harga semata-mata tidak berhubungan dengan bertambah atau berkurangnya dalam penawaran.

Abu Yusuf tampaknya menyangkut pendapat umum mengenai hubungan terbalik antara permintaan dengan harga. Pada kenyataannya harga tidak tergantung pada penawaran saja tetapi juga permintaan. Abu Yusuf sebagaimana dikutip oleh Muhammad menegaskan bahwa ada variabel lain yang mempengaruhi akan tetapi beliau tidak menjelaskan secara rinci. [15]

Menurutnya harga merupakan ketentuan Allah, dimana harga akan terbentuk sesuai dengan hukum alam yang berlaku disuatu tempat dan waktu tertentu sesuai dengan faktor-faktor yang memperngaruhi harga itu sendiri.

b. Konsep harga Ibnu Taimiyyah

Menurut Ibnu Taimiyyah, sudah memiliki pandangan bahwa harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Jika permintaan naik atau penawaran turun sehingga barang menjadi langka maka ia akan menaikan harga, begitupun sebaliknya, jika permintaan turun atau penawaran naik sehingga barang menjadi melimpah maka hal ini akan menurunkan harga barang.[16]

Pada masa Ibnu Tamiyyah terdapat indikasi bahwa terjadinya kenaikan harga barang disebabkan oleh ketidak sempurnaan pasar atau terjadi kecurangan atau kedzaliman yang dilakukan oleh

---

[14] Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Ekonomi Islam.* (Yogyakarta: BPFE, 2004), h.352

[15] *Ibid*, h.252

[16] Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam (edisi 3)*, h.144

penjual. Dengan tegas Ibnu Taimiyyah menyatakan bahwa kenaikan harga tidak selalu terjadi akibat terjadinya kecurangan penjual saja, tetapi bisa saja alasan naik turunnya harga disebabkan oleh kekuatan pasar. Yang menentukan besar kecilnya perubahan harga adalah besarnya perubahan dari permintaan atau penawaran, jika transaksi sudah sesuai dengan aturan, tetapi harga tetap saja naik maka itu merupakan kehendak ilahiyah (hukum alam/sunatullah).

Dengan demikian dapat disimpulakan bahwa penetapan harga berdasarkan Ibnu Taimiyyah adalah harga terjadi karena adanya kekuatan pasar dimana besar kecilnya perubahan harga ditentukan oleh besarnya perubahan permintaan dan penawaran.

c. Konsep harga Yahya Ibn Umar

Kemudian munurut Yahya Ibn Umar tentang penetapan harga, tidak berbeda jauh dengan pemikiran Ibnu Taimiyyah, dimana bahwa harga ditentukan berdasarkan kekuatan pasar, yakni kekuatan penawaran *(Supply)* dan permintaan *(demand).* Namun beliau menambahkan bahwa mekanisme pasar itu harus tunduk kepala kaidah-kaidah. Diantara kaidah-kaidah tersebut adalah pemerintah berhak melakukan intervensi pasar ketika terjadi tindakan sewenang-wenang dalam pasar yang dapat menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat. [17]

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penetapan harga berdasarkan para pemikir Ekonomi Islam, harga ditentukan berdasarakan kekuatan pasar yaitu antara penawaran *(supply)* dan permintaan *(Demand).* Pemerintah dilarang menetapkan harga karena akan timbul ketidak adilan diantara pembeli dan penjual, namun ada kalanya pemerintah boleh menggunakan kebijaksanaan

[17] Ilfi Nurdiana, *Hadis-hadis Ekonomi,* h.50

penetapan harga dalam kondisi tertentu, misalnya kebajikan itu dipandang adil bagi rakyatnya.

C. Prinsip Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Pengertian Ekonomi Islam tidak luput dari kajian Islam yang bertujuan untuk menuntut agar manusia tetap berada dijalan yang telah digariskan oleh Allah SWT yang lurus dan benar. Jadi, Ekonomi Islam adalah Ekonomi yang berlandaskan Islam yang bertujuan agar manusia tetap dijalan yang lurus.[18]

Menurut Muhammad Abdul Manan Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.[19] Sedangkan menurut Syafi'i Antonio, sektor Ekonomi Islam mempunyai prinsip-prinsip utama. Prinsip-prinsip tersebut yaitu larangan riba, menggunakan sistem bagi hasil, pengambilan keuntungan atau margin jual-beli, pengenaan zakat, dan sebagainya.[20]

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Ekonomi Islam adalah Ekonomi yang berlandaskan pada ketuhanan dengan berdasarkan pada syari'at Islam yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadist.

---

[18] Eko Supriyanto, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h.2

[19] Nurul Huda, *et.al, Ekonomi Makro Islam, Pendekatan Teoritis* (Jakarta: kencana, 2009), h.2

[20] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktik,* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h.5

2. Asas-asas Ekonomi Islam

Ekonomi Islam pada prinsipnya memiliki sejumlah asas tertentu. Namun peneliti mengemukakan tiga asas dalam ekonomi Islam, yaitu:

a. Asas kepemilikan (*Al-Milikiyyah)*

Kepemilkan adalah izin untuk memanfaatkan benda atau sumber daya yang ada untuk kepentingan manusia. Sebagaimana prinsip dasar Ekonomi Islam yang menempatkan alam dan manusia sebagai dua unsur yang saling melengkapi, yang diberi titah oleh Allah, maka manusia diberi hak untuk memiliki sumber daya yang ada untuk dikelola sesuai dengan keinginan pemiliknya.[21]

b. Pengelolaan Kepemilikan (*At-tasharruf fi al milikiyyah)*

Pengelolaan kepemilikan adalah sekumpulan tata cara manusia mengacu dan bercermin dalam memanfaatkan harta yang diamanatkan Allah kepadanya. Setiap muslim yang telah secara sah memiliki harta tertentu maka ia berhak memanfaatkan dan mengembangkan hartanya dengan kerangka dan tata cara yang ditetapkan Allah. Cara pengelolaan harta kepemilikan terdapat dua kegiatan, yaitu pertama, pembelanjaan harta *(Infaqul mal).* Kedua, pengembangan harta *(Tanmiyaul mal*).

Pertama, pembelanjaan harta. Pembelanjaan harta *(Infaqul mal)* adalah pemberian harta oleh individu untuk berderma atau penafkahan tanpa adanya kompensasi.

Kedua, pengembangan harta adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam upaya pengembangan harta yang dimilikinya sesuai dengan tuntutan garis-garis etika dan nilai-nilai Islam. Pengembangan harta terutama ditempuh melalui usaha-usaha yang sifatnya produktif, jual-beli, kerjasama dalam bidang pertanian, perindustrian, maupun perdagangan sehingga memperbanyak jumlah harta yang telah dimiliki. Islam melarang pengembangan harta untuk memperoleh harta sebanyak mungkin dengan jalan aktivitas pembungaan *(riba)*, judi, dan aktivitas terlarang lainnya.

c. Azaz Distribusi Kekayaan

Distribusi kekayaan salah satu aspek penting yang menjadi azaz dalam Ekonomi Islam. Distribusi dalam Islam memberi berbagai ketentuan yang berkenaan untuk menjamin pemenuhan barang dan jasa bagi setiap individu rakyat. Mekanisme ini dilakukan dengan mengikuti ketentuan sebab-sebab kepemilikan seperti bekerja serta akad-akad muamalah yang wajar seperti jual-beli dan ijarah.[22]

---

[21] Muhammad, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h.9
[22] *Ibid,* h.11

3. Prinsip-prinsip Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah Ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Atas dasar dan merujuk pada nilai-nilai dasar Islam inilah, maka dalam pelaksanaan Ekonomi Islam tersebut dikenal dengan istilah prinsip-prinsip Ekonomi Islam. Secara garis besar Ekonomi Islam mempunyai prinsip-prinsip dasar diantaranya:

a. Kebebasan Individu

Manusia mempunyai kebebasan untuk membuat sesuatu keputusan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan hidupnya. Dengan kebebasan manusia dapat bebas mengoptimalkan potensinya.[23] Kebebasan manusia yang didasarkan atas pengabdian kepada Allah akan memberikan keberanian dan kepercayaan diri. Seorang muslim memandang bahwa segala sesuatunya dipermukaan bumi diatur oleh Allah dengan cara sedemikian rupa sehingga semuanya menimbulkan manfaat bagi manusia. Oleh karena itu, bagi seseorang muslim segala sesuatu yang ada dimuka bumi mempunyai manfaat dan ini akan bermanfaat jika dimanfaatkan.

b. Keseimbangan

Keseimbangan yang terwujud dalam kesederhanaan, hemat, dan menjauhi sikap pemborosan. Seperti yang terdapat dalam Q.S Al-Furqon : 67[24]

وَٱلَّذِينَ إِذَآ أَنفَقُواْ لَمۡ يُسۡرِفُواْ وَلَمۡ يَقۡتُرُواْ وَكَانَ بَيۡنَ ذَٰلِكَ قَوَامٗا

Artinya : *dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian*.[25]

---

[23] Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid1,* (Yogyakarta: Dana Bhakti Waqaf, 1995), h.8

[24] Nurul Huda *et al, Ekonomi Makro Islam : Pendekatan Teoritis,* (Jakarta: kencana, 2009), h.4-5

[25] Departeman Agama RI, *A-Quran dan Terjemahannya* (Solo: PT. Qomari Prima Publisher, 2007), h.108

c. Hak terhadap harta

Islam mengakui hak individu untuk memiliki harta. Walaupun begitu ia memberikan batasan tertentu supaya kebebasan itu tidak merugikan kepentingan masyarakat umum.

d. Siap menerima resiko

Pedoman Ekonomi Islam yang dijadikan pedoman oleh setiap muslim dalam bekerja untuk menghidupi dirinya dan keluarganya, yaitu menerima resiko yang terkait dengan pekerjaan itu, keuntungan dan manfaat yang diperoleh seseorang tanpa resiko.

e. Tidak melakukan penimbunan

Keberadaan sistem ekonomi Islam, tidak seorangpun diizinkan untuk penimbunaan uang. Tidak boleh menyimpan uang tanpa digunakan, dengan kata lain syari'at Islam tidak membolehkan uang kontan (*cash*) yang menganggur tanpa dimanfaatkan.

f. Tidak monopoli

Sistem Ekonomi Islam tidak diperbolehkan seseorang baik dari perorangan maupun lembaga bisnis melakukan monopoli. Harus adanya kondisi persaingan, bukan monopoli atau oligopoli.

g. Pelarangan riba

Konsep Ekonomi Islam tentang pelarangan riba sudah jelas dalam Al-Qur'an, karena adanya pemberian tambahan tanpa imbalan yang terjadi karena penangguhan dalam pembayaran yang dijanjikan sebelumnya. *Jumhur* (mayoritas) ulama mengatakan bahwa bunga adalah riba.[26]

h. Tata krama (Akhlak yang baik)

Baik Al-quran baikAl-hadis telah memberikan resep tertentu dalam masalah tata krama dan merekomendasikannya untuk kebaikan prilaku dalam masalah bisnis, seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berprulaku dalam bisnis mereka sesuai dengan apa yang dianjurkan Al-Quran dan Sunnah. Mustaq ahmad merangkum tata krama prilaku bisnis kedalam 3 garis besar yaitu: Murah Hati, Motivasi untuk berbakti dan Ingat Allah dan prioritas utama-Nya.[27]

i. Kejujuran

Setiap akad atau transaksi dalam bisnis pasti dibangun oleh dua pihak atau lebih, akad itu sendiri terlahir atas persetujuan-persetujuan yang disepakati para pihak baik dalam bentuk tertulis maupun tidak tertulis. Jujur adalah lurus hati, tidak berbohong misalnya dengan berkata apa adanya, tidak curang, tulus ihklas. Kejujuran adalah sifat keadaan jujur ketulusan hati, ketulusan hati atau sifat yang suka akan kebenaran.[28]

---

[26] Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid* ., h.8-10

[27] Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Al-Kautsar, 2001), h.95

[28] Muhammad Amin Suma, *Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta: Khalam Publishing, 2008), h.309

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan kegiatan yang berhubungan dengan bisnis harus berpedoman pada nilai-nilai yang ditetapkan dalam Islam. Sebagai seorang Khalifah dan pelaku bisnis harus mempunyai tujuan yang jelas agar tercapainya tujuan yang hendak dicapai, yaitu dengan memperhatikan prinsip-prinsip Ekonomi Islam.

4. Prilaku Bisnis yang Tidak Sesuai Menurut Islam

a. Menyembunyikan Cacat

Strategi harga merupakan kegiatan pemasaran untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Pelaku pemasar yang profesional adalah pelaku yang dapat menjelaskan secara transparant kelebihan dan kekurangan produk. Boleh menjelaskan keunggulan-keunggulan produknya, tetapi tidak harus menyembunyikan cacat dan kelemahan-kelemahan fatal, yang sekiranya dapat menimbulkan penyesalan mana kala cacat dan kelemahan tersebut akhirnya diketahui.

b. Penipuan

Di dunia bisnis pada saat ini banyak diwarnai dengan penipuan. Al-Quran sangat tidak setuju dengan penipuan dalam bentuk apapun. Penipuan digambarkan dalam Al-Quran sebagai karakter utama kemunafikan, yang mana Al-Quran telah menyediakan siksa yang

pedih bagi tindakan ini didalam neraka. Sebagaimana diterangkan dalam firman-Nya: (Q.S An-Nisa Ayat 29).

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

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.[29]

Dalam ayat ini Islam menuntut pemeluknya untuk menjadi orang yang jujur dan amanah. Orang melakukan penipuan dan kelicikan tidak dianggap sebagai umt Islam yang sesungguhnya. Meskipun dari lisannya keluar pernyataan bahwasannya dirinya adalah seorang Muslim. [30]

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan kegiatan yang berhubungan dengan bisnis harus mengetahui Prilaku Bisnis yang Tidak Sesuai Menurut Islam. Agar dapat kegiatan bisnis dapat berjalan sesuai dengan Al-Quran dan Al-Hadist.

---

[29] Departeman Agama RI, *A-Quran dan Terjemahannya* (Solo: PT. Qomari Prima Publisher, 2007), h.108

[30] Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam,* h.95

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research)*. Penelitian lapangan (*field research*) adalah mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit social: kelompok, lembaga, dan masyarakat.[1]

Berdasarkan pengertian diatas penelitian ini dilakukan dengan cara mencari sumber-sumber data langsung dilapangan Informasi yang dibutuhkan dalam hal ini adalah Strategi Harga ditinjau dari Prinsip Ekonomi Islam Studi di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung.

Sifat penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud membuat pengindraan secara sistematis, factual dan akurat, mengenai fakta-fakta dan sifat populasi tertentu.[2] Penelitian ini bertujuan untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi daerah tertentu.[3]

Berdasarkan uraian di atas penelitian deskriptif dalam penulisan ini adalah menggambarkan fakta apa adanya dengan cara yang sistematis dan akurat.

---

[1] Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 98

[2] Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h.4.

[3] Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 75.

B. Sumber Data

Menurut Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah *kata-kata*, dan *tindakan*, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.[4]

Penelitian ini penulis menggunakan beberapa sumber data, baik itu sumber data primer maupun sekunder. Sumber data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli.[5] Dalam hal ini, maka proses pengumpulan data yang perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diambil dari sumber pertama dilapangan.[6] Adapun yang dimaksud data primer menurut Surahmi Arikunto adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau prilaku yang dilakukan oleh subjek yang dipercaya, dalam hal ini adalah subyek peneitian informasi yang berkenaan dengan variabel yang diteliti.[7] Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam bentuk responden, yaitu orang yang dijadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana

---

[4] Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (edisi revisi), (Bandung:PT. Remaja Rosdakarya, 2012), h. 157.

[5] Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 103.

[6] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013) h. 128

[7] Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h.22

mendapatkan informasi ataupun data. Sumber data primer yaitu Manager store, personalia dan karyawan bagian Harga.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel sebagai sumber data primer ditetapkan secara *Purposive Sampling* dilihat berdasarkan masa kerja dan jabatan. *Purposive sampling* adalah penarikan sampel yang di lakukan dengan cara mengambil subyek yang didasarkan pada tujuan tertentu.

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari penelitian di PT. Sekawan Chandra Abadi. Data tersebut diperoleh dari jawaban Manager store Bapak Agung Arifin, Personalia Ibu Anissa Maylia Sari dan *Supervisor Brand Manly* Youshe Nena Archo. Sumber dalam penelitian ini adalah *Manager* toko, Personalia dan *Supervisor* PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua, data yang sudah tersedia sehingga tinggal mencari dan mengumpulkan.[8] Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.[9] Sumber data sekunder dapat diperoleh dari sumber internal maupun sumber eksternal.

---

[8] *Ibid*, h. 11
[9] Muhammad, *Metodologi Penelitian*, h. 103.

Data sekunder yang digunakan penulis adalah data yang bersumber dari buku-buku yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian, yaitu bahan yang memberikan penjelasan yang berhubungan dengan objek penelitian. Buku tersebut adalah Monroe dengan judul *Seri Pemasaran dan Promosi (Kebijakan Harga),* Heflin Frinces dengan judul *Strategi Konsepsi Memenangkan Perang Bisnis,* Fandy Tjiptono dengan judul *Strategi Pemasaran,* Pandji Anoraga dengan judul *Manajemen Bisnis,* Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, J. William Petty dengan judul *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, Soemarsono dengan judul *Peranan Harga Pokok Dalam Penentuan Harga Jual,* Kasmir dengan judul *Kewirausahaan Edisi Revisi,* Basu swastha dan ibnu sukarjo dengan judul *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern),* Adiwarman Karim dengan judul *Ekonomi Mikro Islam (edisi 3),* Ilfi Nurdiana dengan judul *Hadis-hadis Ekonomi,* Eko Supriyanto dengan judul *Ekonomi Islam,* Nurul Huda, *et.al* dengan judul *Ekonomi Makro Islam, Pendekatan Teoritis,* Muhammad Syafi'i Antonio dengan judul *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktik,* Muhammad dengan judul *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam,* Afzalur Rahman dengan judul *Doktrin Ekonomi Islam Jilid1,* Nurul Huda *et al* dengan judul *Ekonomi Makro Islam : Pendekatan Teoritis,*

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden. Wawancara bermakna berhadapan langsung antara interviewer dengan responden, dan kegiatannya dilakukan secara lisan.[10]

Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin. Wawancara bebas terpimpin artinya peneliti boleh menanyakan apa saja yang dianggap perlu dalam wawancara, responden juga boleh menjawab bebas sesuai pikiran yang ingin dikemukakannya.[11] Sehingga peneliti memperoleh gambaran terkait dengan strategi harga ditinjau dari Prinsip Ekonomi Islam. Maka pihak yang akan diwawancarai adalah Manajer Bapak Agung Arifin dan *Supervisor* Manly Youshe Nena Archo bagian Pakaian Formal Pria Dewasa di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis, sebagian besar data yang

---

[10] P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik,* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), h. 39.

[11] Nasution, *Metode Research Ilmiah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006) h. 133.

tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, kenang-kenagan,arsip dan sebagainya.[12]

Metode dokumentasi ini untuk mencari data-data yang diperlukan dalam penelitian tentang Profil PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung dan strategi harga di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.[13]

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, menganalisis data dalam penelitian kualitatif, berarti proses mensistematiskan apa yang sedang diteliti dan mengatur hasil wawancara seperti apa yang dilakukan dan dipahami supaya peneliti bisa menyajikan apa yang didapatkan pada orang lain.[14]

Tahap berikutnya untuk menganalisis data, penulis menggunakan cara induktif. Induktif berangkat dari fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang khusus, konkrit, ditarik generalisasi yang mempunyai sifat umum.[15]Agar data bisa dianalisis maka data tersebut harus dipecahkan dahulu menjadi bagian-

---

[12] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian.*, h. 153-154.

[13] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian*,.h. 25.

[14] Moh, kasiram, *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 2008), h. 354

[15] Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Penerbit Psikologi, UGM, 1984), h. 42

bagian kecil (menurut element atau struktur), kemudian mengaduknya menjadi bersama untuk memperoleh pemahaman yang baru.

Data yang diperoleh melalui wawancara terlebih dahulu diadakan pengolahan dan analisis secara kualitatif dengan memberikan kesan interpretasi terhadap hasil wawancara dan kuesioner. Pemberian kesan dan interpretasi tersebut dilakukan dengan menjabarkan keterangan-keterangan yang mengacup ada teori yang sesuai dengan pokok masalah.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan PT. Sekawan Chandra Abadi Metro.

1. Profil PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung

Chandra *Supermarket dan Departement Store,* dalam upaya pengembangan usahanya maka Bapak Alesius Bunawan membuka usaha *Supermarket* di Jalan Ikan Bawal No.39 Teluk Betung. Supermarket ini diberi nama PT. Chandra Oleh Bapak Alesius Bunawan sesuai dengan nama Putra Pertamanya.

Berdirinya perusahanaan ini tidak lepas dari masalah menentukan perusahaan, tempat dan kedudukan perusahaan itu sendiri. Dengan semakin pesatnya laju pertumbuhan ekonomi, dalam usaha perdagangan banyak mengalami persaingan seperti berdirinya *Supermarket-Supermarket* baru, oleh sebab itu sebagai antisipasi untuk mengikuti persaingan antar *Supermarket* yang ada di Metro Lampung dengan mengadakan promosi-promosi.

Pesatnya kemajuan Chandra *Supermarket* dan *Departement Store*, maka pimpinan Chandra tertarik untuk memperluas usahanya yakni dengan membuka cabang diluar kota yaitu yang beralokasi di pusat kota Metro dan diresmikan pada tanggal 15 April 1990 oleh Bupati Lampung Tengah. Sejak tahun 1995 nama Chandra *Supermarket* dan *Departement Store* diganti menjadi Toko Serba ada Chandra.

Toko serba ada Chandra Metro dan Toko Serba Ada Chandra Teluk Betung merupakan cabang dari Toko Serba Ada Chandra Tanjung Karang dan pada tahun 2007 membuka beberapa *Mini Market* yang tersebar di Way Halim, Panjang dan teluk betung, hal ini dikarenakan agar Chandra dapat lebih dekat lagi menjangkau para konsumennya yang berada di daerah tersebut. Pada tahun 2008 Chandra juga melebarkan sayapnya dengan membangun Chandra *Super Store* yang terletak di Bandarjaya.[1]

Dalam aktivitasnya dibantu oleh beberapa bagian yaitu:

a. *Store Manager* (Bapak Agung Arifin)
b. Bagian Kepala Personalia Umum
c. *Supervisor Departement Store*
d. Pembina *Counter Departement Store*
e. Pramuniaga *Departement Store*
f. Kepala *Stock* Gudang
g. *Security*
h. Bagian kasir

[1] Dokumen PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung, 30 Agustus 2016

Adapun pembagian tugas dan wewenang yang ada dalam Chandra *Super Store* Metro adalah:

1. Tugas dan Wewenang Manager Chandra *Super Store* Metro

a. Bertugas mengelola bidang niaga/bisnis pada perusahaan sesuai dengan kebijakan yang telah digariskan oleh kantor pusat Chandra *Super Store* Metro
b. Membuat *Sales Plan* tahunan sesuai dengan sales target yang telah ditentukan oleh kantor pusat Chandra *Super Store* Tanjung Karang.
c. Membimbing, membina tanggung jawab, memberikan motivasi kepada bawahan dalam rangka pencapaian target yang telah ditentukan perusahaan.
d. Berusaha mencapai sales target yang telah ditentukan perusahaan.
e. Memeriksa dan menandatangani jurnal penjualan dan *Stock Book* harian secara harian, mingguan dan bulanan.
f. Membimbing, mengawasi dan mengarahkan kepada *Supervisor* untuk menjaga ketertiban, disiplin kerja dari karyawan dilingkungannya.
g. Mengawasi pelaksanaan administrasi *Supermarket*
h. Mengawasi keamanan barang-barang yang menjadi tanggung jawab Chandra *Super Store*
i. Melakukan teguran, peringatan serta mengadakan mutasi *intern* bagi para *Supervisor*, kepala bagian, pembina *counter*, pramuniaga dan karyawan jika di anggap perlu.
j. Membuat *Conduite* para *Supervisor*, kepala bagian, pembina *counter*, karyawan dan pramuniaga dengan mengikutsertakan kepala bagian personalia dan umum.
k. Mengkoordinir bagian *Security* (satpam) dalam menjaga keamanan.
l. Membuat laporan aktivitas harian/bulanan kekantor pusat Chandra *Super Store* Tanjung Karang
m. Berkerjasama dengan *Supervisor* untuk menjaga ketertiban, disiplin kerja dari karyawan dan lingkungannya.

2. Tugas dan Wewenang Bagian Kepala Personalia Umum Chandra *Super Store* Metro

a. Mempersiapkan dan memproses pengadaan karyawan sesuai dengan kebutuhan Chandra Superstore, penyeleksian, penerimaan, training dan penempatan karyawan.
b. Menyusun *Job description*, analisa tugas dan persyaratan bagi karyawan.
c. Merencanakan kegiatan kepegawaian serta rencana anggarannya.
d. Melatih dan mendidik karyawan baru maupun karyawan lama.

e. Memberikan bimbingan mental dan gtugas kerja.
f. Mempromosikan dalam jabatan/pangkat yang lebih tinggi dan mutasi karyawan
g. Melakukan penilain terhadap karyawan
h. Pemberian gaji dan kompetensi lainnya
i. Pemberian kesejahteraan karyawan dan cuti
j. Memberikan motivasi kerja kepada karyawan
k. Pemeliharaan kesehatan
l. Memproses karyawan yang berhenti (atas permohonan sendiri/ diberhentikan/ pensiun/ meninggal dunia) dan sebagainnya.
m. Mengelola pencatatan prestasi karyawan.
n. Melakukan pengendalian atas tugas-tugas personalia, evaluasi analisa, pengawasan dan perbaikan supaya tugas yang akan datang lebih baik daripada waktu sebelumnya.

3. Tugas dan Wewenang *Supervisor Departement Store* Metro

a. Pagi hari (pukul 08.00) berdoa bersama dengan para Pimpinan *Counter* dan Pramuniaga pada *Departement Store.*
b. Mengawasi pramuniaga dalam penataan barang dagangan
c. Mengabsensi para Pembina *Counter* dan pramuniaga
d. Mengawasi tugas Pembina *Counter* dan pramuniaga
e. Menerima dan memeriksa barang dagangan yang datang
f. Mengawasi *complaint* antara pramuniaga dan pelanggan
g. Mendistribusikan barang ke *counter*
h. Memesan barang dagangan yang kurang atau habis ke Chandra *Super Store* Tanjung Karang
i. Menolak atau menyetujui *Salesman/supplier* yang akan menyetor barang
j. Membawahi dan mengkoordinasi para pembina *Counter* dengan pramuniaga agar tetap dalam pengawasan,berjalan sesuai dengan ketentuan perusahaan.
k. Membina tanggung jawab, memberikan keteladanan kepada anakbuah, memberikan motivasi kepada bawahan dalam rangka mencapai target yang telah ditentukan.
l. Menerima *omset* penjualan dari pembina *counter*
m. Mengajukan saran-saran positif kepada *Store manager* untuk perkembangan Chandra *Store* pada umumnya.
n. Melaporkan aktifitas *Departement Store,* apabila *Store manager* berhalangan atau tidak berada ditempat
o. Mengadakan pemeriksaan *Counter/etalase*
p. Membimbing, mengawasi dan mengarahkan para pembina *Counte*r dan pramuniaga
q. Bekerjasama dengan pembina *Counter* untuk menjaga ketertiban, disiplin dan pramuniaga di lingkungannya

r. Melaksanakan administrasi *Departement Store* sesuai dengan ketentuan
s. Menjaga keamanan barang-barang yang menjadi tanggung jawabnya
t. Melakukan teguran, peringatan, serta mengadakan mutasi intern bagi para pramuniaga bila dinggap perlu.

4. Tugas dan Wewenang Pembina *Counter Departement Store* Metro

a. Pagi hari (pukul 08.00) berdoa bersama dengan para pembina *Counter* dan pramuniaga pada *Departement Store*.
b. Mengawasi pramuniaga dalam penantaan barang dagangan
c. Mengawasi dan mengarahkan pramuniaga dalam memberikan pelayanan kepada pembeli/pelanggan
d. Mengelola dan mengkoordinir *Counte*r agar dapat berkembang baik dan mencapai target.
e. Memimpin dan membina tanggung jawab, memberikan motivasi kepada pramuniaga, memberikan contoh keteladanan, menegakkan kedisiplinan dan menilai *counduite* pramuniaga
f. Mengerjakan administrasi penjualan pada *Counter*
g. Menerima, memeriksa barang dagang lengkap dengan dokumennya, menginformasikan dengan *Fast Mover/Slow Mover* serta barang lain yang diperlukan konsumen kepada *Supervisor.*
h. Membuat laporan penjualan omset harian/bulanan kepada *Supervisor Departement Store.*
i. Membantu memelihara kebersihan, ketertiban dan keamanan *Stand*
j. Menerima laporan *Order* dari pramuniaga dan melaporkan permintaan *Order* kepada *Supervisor*
k. Mengisi data *Stock* harian, nota penjualan,untuk dilaporkan kebagian administrasi *Stock* barang
l. Mengisi buku laporan kegiatan kerja
m. Melatih dan membina karyawan baru

5. Tugas dan Wewenang Pramuniaga *Departement Store* Chandra *Super Store* Metro

a. Mengetahui jenis barang dagangan di *Counter* dan gudang
b. Mengetahui jenis barang dagangan dan artikel (kode departement barang)
c. Memberikan label harga barang dagangan
d. Menjaga kebersihan *stan*d dan kebersihan barang dagangan
e. Merapikan dan menata barang danagan di *Counter*
f. Melayani pelanggan/pembeli
g. Membuat nota penjualan :
   1) Putih untuk kasir
   2) Merah untuk konsumen

3) Kuning untuk arsip pramuniaga/ bagian *Stoc*k barang

h. Mengantarkan barang dagangan yang dipesan konsumen ke kasir
i. Mengisi buku penjualan selama bersangkutan (pagi dan sore)

6. Tugas dan Wewenang Kepala *Stock* Gudang Chandra *Super Store* Metro

a. Menjaga kebersihan dan ketertiban gudang
b. Pengadaan barang dagangan untuk di pajang di *Counter/etalase*
c. Pemajangan barang dagangan
d. Menerima barang yang datang dari chandra *Super Store* Tanjung karang maupun *Supplier*
e. Memeriksa barang yang baru datang/masuk, mengenai jenis barang, merek, tipe, jumlah dan dicocokkan dengan faktur atau nota yang menyertai barang dalam perjalanan.
f. Membungkus / mengepres barang tertentu
g. Menentukan harga pokok dan harga jual barang
h. Memberi *Price Tag* (label harga) dengan mesin *Price Labeling*
i. Menerima *Supplier* yang akan menawarkan atau menitipkan barang dagangannya.
j. Memeriksa atau menerima laporan apabila di *Counter* kekurangan atau kehabisan barang
k. Mengorder barang ke kantor pusat chandra *Super Store* Tanjung Karang
l. Mengadakan retur barang BS (*BrokenStock*) ke kantor pusat Chandra *Super Store*
m. Mengirimkan nota *Supplier* kekantor pusat Chandra *Super Store* Tanjung Karang
n. Membayar/melunasi tagihan para *Supplier* setiap hari sabtu

7. Tugas dan Wewenang *Security* Chandra *Super Store* Metro

a. Pengamanan Chandra *Super Store* dari segala ancaman dan gangguan dari dalam maupun dari luar
b. Mengawasi/mengontrol keamanan Chandra *Super Store* setiap secara bergilir
c. Menjaga tas atau barang bawaan pembeli yang dititipkan pada bagian penitipan barang
d. Menerima catatan atau laporan pramuniaga yang meninggalkan lokasi Chandra *Super Store* bila ada keperluan
e. Menerima laporan dari pramuniaga bila ada kejadian yang mencurigakan
f. Mengatasi masalah keamanan dengan baik
g. Melaporkan situasi dan kondisi keamanan setiap hari kepada *Store Manager*

8. Tugas dan Wewenang Bagian Kasir Chandra *Super Store* Metro

Tugas Pembina Kasir:
a. Mengawasi kasir mempersiapkan *Cash Register*
b. Menggantikan kasir pada saat ada keperluan
c. Menukarkan uang kembalian kasir ke konsumen
d. Mengawasi tugas kasir
e. Mengatur tugas jadwal kasir
f. Melaporkan bila mesin *Cash Register* mengalami gangguan
g. Mengawasi pergantian *Shift* kasir pagi dan sore
h. Menyerahkan uang hasil penjualan kepada kasir

Tugas Kasir :
a. Membersih\kan *counter* kasir
b. Memelihara dan menjaga mesin *Cash Register*
c. Menghitung RC (modal awal) sebelum transaksi penjualan
d. Kasir secara bergantian mengecek perubahan harga barang yang tidak ada label harganya
e. Menyerahkan barang dagangan kepada pembeli setelah dibayar
f. Menukar uang pengembalian kasir
g. Menghitung uang hasil penjualan saat pergantian shift
h. Menyerahkan hasil penjualan dari kasir ke kepala kasir.[2]

Berikut ini merupakan data dari *Store Manger/* Pimpinan dan juga karyawan di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro. *Store Manager/* Pimpinan di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Bernama Agung Arifin. Beliau Lahir di Baturaja pada Tanggal 30 September 1972. Saat ini beliau tinggal dikompleks Pertokoan Sumur Bandung B.9 Jalan Z.A Pagar Alam. Menyelesaikan Pendidikan D3 di Universitas Bina Nusantara Jakarta. Beliau memulai bekerja di PT. Sekawan Chandra Abadi Bandar Lampung pada tanggal 1 juli 1997 saat itu beliau bekerja sebagai *Staff* gudang kemudian kemudian pada tahun 2000 beliau dipindahkan ke PT. Sekawan Chandra Abadi Metro dan menjabat sebagai *Store Manager*.

[2] Dokumen dari Personalia Chandra Metro Ibu Anisa Maylia Sari, 09 juli 2016.

Jumlah seluruh karyawan yang ada di PT Sekawan Chandra Abadi sejumlah 256 karyawan yang tediri dari 197 karyawan wanita dan 59 karyawan pria. Berikut ini merupakan data penyebaran karyawan pada masing-masing bagian di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung.[3]

2. Struktur Organisasi PT.Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung

Organisasi merupakan salah satu wadah dimana terdapat sekumpulan orang-orang melakukan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan. Jadi struktur organisasi dapat diartikan sebagai kerangka yang mewujudkan pola tetap dari hubungan diantara bidang-bidang kerja maupun orang-orang yang menunjukan kedudukan dan peranan masing-masing dalam kerjasama.

Kerjasama yang baik baru dapat terlaksana jika terdapat pembagian tugas yang jelas, penentuan wewenang dan tanggung jawab dari setiap anggota perusahaan. Karena itu langkah pertama yang harus dilakukan seorang pemimpin yaitu menentukan dan menetapkan pekerjaan yang harus dilakukan anggotanya. Struktur organisasi yang ada pada Chandra *Super Store* Metro adalah bentuk struktur organisasi garis, dimana dalam menjalankan aktivitasnya dikoordinasikan langsung oleh direktur.

PT. Sekawan Chandra abadi Metro Lampung dalam menjalankan usahanya membagi peran masing-masing yang sesuai dengan keahlian dibidangnya agar dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan.[4]

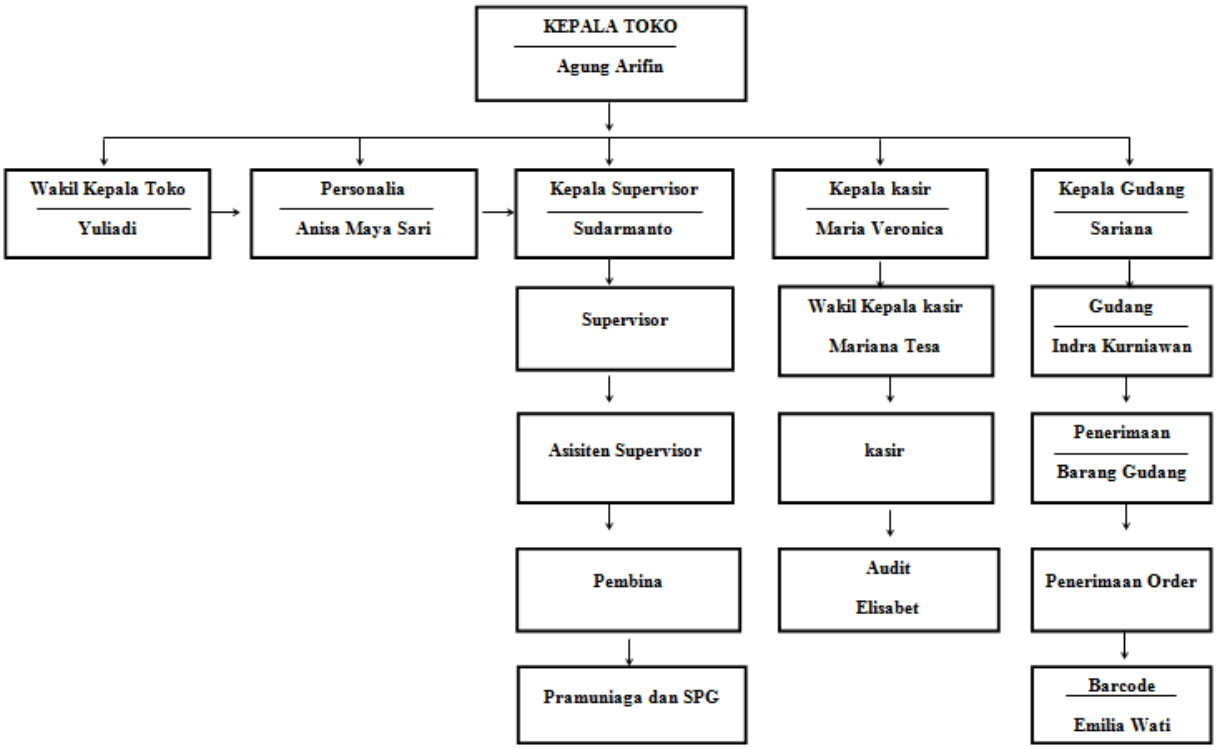
---

[3] Anisa Maila Sari, Personalia PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung, tgl 06 Juni 2017

[4] Data Personalia PT.Sekawan Chandra Abadi Metro,Ibu Anisa Maylia Sari, Tgl 13 Januari 2017

STRUKTUR ORGANISASI PT. SEKAWAN CHANDRA ABADI METRO LAMPUNG

TAHUN 2016



B. Strategi Harga di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung

Strategi harga menurut Fandy Tjiptono harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Disamping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Harga juga merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukar agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa.[5]

Terdapat lima unsur yang terdapat dalam strategi harga yaitu *Penetration Pricing, Skimming Pricing,* penetapan harga menurut pemimpin pasar, penetapan harga variable, penetapan harga fleksibel. Dari kelima unsur dalam strategi harga yang digunakan PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung dalam penjualan untuk mencapai tujuan perusahan yaitu penetapan harga menurut pemimpin pasar.

Seperti yang dijelaskan Menurut Bapak Agung Arifin selaku Manager dengan menggunakan penetapan harga menurut pemimpin pasar maka perusahaan dapat menentukan harga yang lebih rendah daripada harga pasar atau harga normal yang bertujuan untuk meningkatkan omset penjualan dan meningkatkan volume pelanggan. Sehingga harga yang diberikan dibawah harga pesaing, sehingga mampu menghabiskan barang yang ada dan dapat meningkatkan omset penjualan. [6]

Strategi harga yang digunakan oleh PT. Sekawan Chandra Abadi metro Lampung memberikan diskon atau potongan harga kepada pelanggan. Dalam memberikan diskon atau potongan harga tersebut PT. Sekawan Chandra Abadi mengikuti kebijakan yang dikeluarkan oleh *manager* sehingga *supervisor*

---

[5] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran,* (Yogyakarta: ANDI, 2008), h.151
[6] Wawancara dengan Manager, Bapak Agung Arifin, pada tgl 09 juli 2016

memberikan diskon ketika ada program diskon yang diperintahkan oleh perusahan pusat.

Seperti halnya yang terdapat di Chandra Superstore didalamnya terdapat berbagai macam *brand-brand* yang dinaungi oleh PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung, seperti yang ada di area pakaian pria dewasa formal terdapat brand *Cardinal, Foxton, Manly* dan *Sierra Morena.* Salah satu diantaranya yaitu *Manly, manly* menggunakan strategi harga dengan memberikan *Discount* kepada pelanggan. Macam-macam discount diantaranya adalah diskon musiman, diskon kuantitas, diskon kas dan *Trade Discount.* Diskon yang ditetapkan dalam meningkatkan omset penjualan dan volume pelanggan ditetapkan *Brand Manly* yaitu dengan menggunakan *discount* kuantitas.

Seperti yang dijelaskan dalam strategi pemasaran terdapat empat macam, yaitu: diskon kuantitas, diskon musiman, diskon kas (*cash discount)* dan *trade discount*. Diskon kuantitas merupakan potongan harga yang diberikan guna mendorong konsumen agar membeli dalam jumlah yang lebih banyak, sehingga meningkatkan volume penjualan secara keseluruhan. [7]

Diskon kuantitas yang ditentukan *Manly* agar mampu meningkatkan omset penjualan yang mengakibatkan barang yang tersedia cepat habis. Moment hari besar inilah yang dianggap perusahaan *Manly* mampu meningkatkan penjualan seperti pada hari besar yang telah ditentukan seperti

[7] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran,* (Yogyakarta: ANDI, 2008) , h.3

pada saat hari ulang tahun Chandra dibulan Maret, hari Raya Lebaran dan *Bigsale* yang diadakan setiap bulan November.

Seperti hasil wawancara kepada Youshe Nena Archo sebagai *Supervisor Manly* mengenai siapakah yang menentukan strategi harga dalam pemaparannya "mengenai masalah harga jual barang itu udah ditentukan sama perusahaan pusat bukan dari pihak chandra, tapi tiap penjualan dari kita itu pasti ada harga marginnya buat pihak chandra sendiri, itu udah ketentuan antara pihak chandra sendiri sama perusahaan pusat, tapi kalo masalah diskon itu kebetulan mba yang nentuin karena yang lebih paham dilapangan, setalah itu minta persetujuan dari perusahaan manly pusat boleh atau engga nya kita buat acara diskon segitu."[8]

Dengan demikian untuk memberikan diskon kuantitas yang harus dipertimbangkan selanjutnya adalah menetukan barang yang sesuai sebelum diberikan diskon, inilah yang menjadi tugas *supervisor Manly* mengenai bagaimana mempertimbangkan maupun memilih barang sebelum memberikan diskon, dalam hal ini dijelaskan dalam hasil wawancara dengan supervisor manly yaitu youshe nena archo menjelaskana bahwa "kita yang dilapangan lebih paham masalah barang, barang apa aja yang lebih cepet penjualannya barang mana yang *slow moving* (Penjualannya lambat), nah dari situ kita bisa nentuin barang-barang yang mau di diskon. Klo barang banyak peminatnya ya kita orderin lagi ke pusat, tapi kalo barangnya slow moving ya itu bisa di buat barang yang mau di diskon tinggi, tapi biasanya yang di diskon itu kita liat dari

[8] Youshe Nena Archo, Supervisor Manly, tgl 06 Agustus 2017

stok barang yang ada. Dari pada numpuk, gak ada perputaran uangnya kan malah sayang banget buat omset. Jadi barang-barang kaya *broken size* (Ukurannya tidak lengkap) itu di diskon waktu lagi momen rame kaya menjelang lebaran kaya gini. Jadi barangya bisa kejual buat nambah omset. Kalau barang yang di diskon itu liat momen, kaya mau menjelang lebaran gini, berarti barang yang didiskon kebanyakan baju-baju muslim (Koko) tapi ya barang kaya biasanya tetep ada baju kemeja formalnya. Tapi lebih banyak baju kokonya. Sesuai sama momen menjelang lebaran. Diskon yang ditentuin itu *BUY 1 DISC 30% BUY 2 DISC 50%* buat barang *New Arrival* ketentuan barang dijual barang yang baru diproduksi pada saat ini (2017) termasuk baju koko dan kemeja, terus *BUY 1 DISC 50% BUY 2 DISC 50%+20%* buat barang *Broken Size* tadi barang yang ukurannya sudah udah gak lengkap lagi, yang diproduksi di tahun sebelumnya, ada juga diskon *BUY 1 SP 169.000 BUY 2 SP 269.000* nah klo ini buat barang yang mengalami *slow moving* karena penjualannya lambat dan barang yang sudah lama diproduksi berkisar 2 sampai 3 tahun sebelumnya kan model bajunya udah lama udah jadul kan." [9]

Besaran diskon yang diberikan pada saat moment menjelang hari raya Idul Fitri yaitu diskon sebesar:

1. Buy 1 Disc 30% Buy 2 Disc 50%
2. Buy 1 Disc 50% Buy 2 Disc 50%+20%
3. Buy 1 SP 169.000 Buy 2 SP 269.000.

[9] Youshe Nena Archo, Supervisor Manly, tgl 06 Agustus 2017

Buy 1 Disc 30% Buy 2 Disc 50% untuk barang berupa Shirt All Item (Termasuk Koko 2017 dan Artikel Spring Summer 2017). Untuk Diskon sebesar 30% *Margin* yang diberikan Sebesar 37% keuntungan untuk PT. Sekawan Chandra Abadi setiap barang yang terjual per Psc nya, dan mendapat biaya partisipasi dari pihak PT. Sekawan Chandra Abadi sebesar 12,5% untuk setiap barang New Arrival yang terjual. Sehingga saling memberikan keuntungan disetiap barang terbaru yang terjual. Dan untuk diskon sebesar 50% setiap pembelanjaan 2 Pcs barang *Margin* yang diberikan untuk PT. Sekawan Chandra Abadi sebesar 25% namun pihak PT. Sekawan Chandra Abadi tidak memberikan biaya partisipasi, karena diskon yang diberikan sebanyak 50%.

Kemudian Buy 1 Disc 50% Buy 2 Disc 50%+20% untuk barang berupa Kemeja (All Articel Winter 2016, Spring Summer 2016: articel Colebee, Gerritsen, Kushner, Mercers, dan Gilchrist). Diskon sebesar 50% untuk pembelian 1 Pcs barang dan Diskon 50%+20% untuk pembelian 2Pcs barang *Margin* yang diberikan sama sebesar 25% keuntungan untuk PT. Sekawan Chandra Abadi setiap barang yang terjual per Psc nya.

Sama seperti halnya dengan Buy 1 Disc 50% Buy 2 Disc 50%+20% margin yang diberikan untuk Buy 1 SP 169.000 Buy 2 SP 269.000 sama sebesar 25% hari harga barang yang terjual setiap 1pcs nya. Namum yang membedakan adalah barang yang dijual sesuai dengan Special Price yang telah ditentukan yaitu barang Art 2016: Gatting, Kenny, Dreyfus, Herriot, Ferretti,

Melger, Art 2015: Casula, Art Spring Summer 2016 Kecuali Art Colebee, Gerritsen, Kushner, Mercers, dan Gilchrist.[10]

Dari hasil penelitian tersebut yang termasuk dalam diskon acara Buy 1 disc 30% dan buy 2 disc 50% yaitu baju koko dan kemeja yang diproduksi tahun 2017. Selanjutnya diskon acara Buy 1 Disc 50% Buy 2 Disc 50%+20% yaitu kemeja yang diproduksi pada tahun 2016 yang ukurannya sudah tidak lengkap lagi. Dan *Special Price* acara Buy 1 SP 169.000 Buy 2 SP 269.000 Yaitu barang yang diproduksi tahun 2015 dan 2016 yang mengalami penjualan yang lambat maupun model baju yang sudah lama. Dari Harga normal sebelum mengalami penuruhan harga *Special Price* SP 169.000 Buy SP 269.000, harga awal berkisaran dari Rp. 379.900 – Rp. 409.900. Sehingga karena stok barang tahun sebelumnya tidak laku terjual, maka harga diturunkan menjadi Buy 1 SP 169.000 Buy 2 SP 269.000, agar stok barang habis dan mampu meningkatkan penjualan perusahaan tanpa merubah harga terlebih dahulu sebelum harga dirunkan menjadi SP 169.000 Buy SP 269.000.

Sering dijumpai di suatu tempat pembelanjaan dalam memberikan diskon terdapat manipulasi harga dengan kata lain harga dinaikan terlebih dahulu kemudian barulah diberikan diskon. Hal tersebut berbeda dengan sistem penetapan diskon yang diterapkan oleh PT. Sekawan Chandra Abadi dengan merk *Manly* yaitu dalam pemberian diskon, harga barang sesuai dengan harga yang dicantumkan pada label barang. Dimana harga yang tercantum pada

[10] Dokumen dari Supervisore Manly, tgl 06 juni 2017

barang tidak mengalami perubahan dari harga sebelumnya. Sehingga konsumen dapat menikmati harga lebih murah dari harga yang biasanya dijual.

Selain itu penentuan diskon yang diberikan sebesar 50%+20%. Sistem penentuan diskon seperti itu bukanlah memberikan diskon sebesar 70% melainkan diskon yang diberikan sebanyak dua kali yaitu harga barang didiskon 50% selanjutnya didiskon kembali 20%. Sehingga total pemberian diskon yang diduga konsumen sebesar 70% ternyata hanyalah 60% dari harga barang yang tertera. Pemberian diskon seperti itu sebagai strategi harga sehingga terlihat diskon yang diberikan cukup besar, namun bukanlah tindakan yang membohongi atau menipu pembeli.

Tujuan lain dari memberikan Diskon Kuantitas ini selain banyak menarik pelanggan serta diskon yang telah ditetapkan diharapkan agar barang yang tersedia cepat habis dan tidak mengakibatkan barang yang semakin menumpuk, jika tidak adanya omset penjualan dengan barang yang dibiarkan menumpuk, sehingga diberikan diskon yang sesuai dengan perbedaan banyaknya barang yang akan dibeli. Akibatnya memicu pelanggan untuk membeli banyak barang agar mendapat diskon tinggi.

C. Analisi Strategi Harga PT. Sekawan Chandra Abadi di tinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung, maka dapat diketahui bahwa penentuan strategi harga yang dilakukan oleh perusahaan dengan *Brand Manly* yaitu dengan memilih menggunakan Penetapan Harga Menurut Pemimpin Pasar. Dengan

menggunakan penetapan harga menurut pemimpin pasar sehingga mampu menentukan kapan memotong harga dibawah harga yang berlaku saat ini dianggap tepat untuk memberikan discount kepada pelanggan pada saat pada saat moment yanag dianggap akan terjadi peningkatan penjualan seperti pada saat menjelang Hari Raya Lebaran.

Dengan penentuan harga menurut pemimpin pasar maka ditentukan diskon kuantitas yaitu potongan harga yang ditawarkan untuk mendorong konsumen agar bersedia membeli dengan jumlah yang lebih besar atau memusatkan pembelian pada penjual tersebut sehingga mampu meningkatkan volume penjualan secara keseluruhan dan menghabiskan stock barang yang tersisa ditahun-tahun sebelumnya. Sehingga barang yang tidak terjual ditahun-tahun sebelumnya tidak menumpuk karena barang tersebut dijual dengan harga yang masih relatif murah dan disa mendapatkan harga lebih murah dengan membeli lebih dari 1 Pcs baju. Berkaitan dengan ini dalam melakukan kegiatan Ekonomi harus berdasarkan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam diantaranya yaitu: kebebasan individu, keseimbangan, hak terhadap harta, tidak melakukan penimbunan, tidak monopoli, pelarangan riba. Seperti yang telah dipaparkan diatas PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung Strategi Harga yang digunakan menggunakan diskon kuantitas yang tujuannya yaitu mengarahkan agar pelanggan lebih memilih untuk membeli lebih dari 1psc barang agar memperoleh diskon atau keuntungan yang lebih banyak, sehingga stock barang yang tersedia cepat habis terjual karena adanya penentuan diskon kuantitas tersebut. Diskon yang ditetapkan untuk moment menjelang hari Raya Idul Fitri

yaitu Buy 1 Disc 30% Buy 2 Disc 50%, Buy 1 Disc 50% Buy 2 Disc 50%+20% dan Buy 1 SP. 169.000 Buy 2 SP. 269.000, Sehingga strategi harga dengan menetapkan Diskon kuantitas yang dilakukan oleh PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung sesuai dengan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam yaitu salah satunya dengan tidak adanya penimbunan barang.

Seperti yang telah dijelaskan Penetapan harga menurut Islam, menurut Menurut Ibnu Taimiyyah, sudah memiliki pandangan bahwa harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Jika permintaan naik atau penawaran turun sehingga barang menjadi langka maka ia akan menaikan harga, begitupun sebaliknya, jika permintaan turun atau penawaran naik sehingga barang menjadi melimpah maka hal ini akan menurunkan harga barang. [11]

Dari penjelasan diatas yang terjadi pada PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung, penetapan harga maupun diskon atau potongan harga yang diberikan pada saat menjelang hari Raya Lebaran merupakan stock barang yang dijual tahun sebelumnya yang peminatnya kurang namun stok barangnya yang tersedia masih banyak, maka ditahun berikutnya dilakukan penjualan dengan stock yang masih tersedia sebelumnya dengan memberikan discount atau potongan harga yang sesuai dengan kondisi barang. Sehingga barang yang tersedia dengan stock lama dapat dijual kembali dengan menurunkan harga dari harga sebelumnya.

Penentuan Strategi Harga seperti ini diperbolehkan karena tidak terkandung unsur penipuan yang dilarang Islam. Pemasaran seperti itu telah sesuai dengan pemasaran dalam Islam. Dalam Ekonomi Syariah perlu

[11] Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam (edisi 3)*, h.144

memperhatikan nilai-nilai kejujuran dan menjauhi penipuan, metode yang digunakan juga harus sesuai dengan yang diperbolehkan dalam Islam.

Hukum dari penentuan diskon atau potongan harga diperbolehkan selama tidak membawa pada hal yang diharamkan seperti penipuan kepada konsumen. Pemberian diskon yang diterapkan pada PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung yaitu dengan memberikan potongan harga dengan tidak merubah harga barang sebelumnya sehingga pembeli dapat memperoleh harga yang lebih murah dari harga biasanya.

Pemberian diskon semacam ini telah sesuai dengan makna pemberian diskon sesungguhnya yaitu pemberian diskon sebagai pengurangan nilai kotor suatu transaksi yang juga dapat diartikan sebagai potongan harga atau pengurangan dari harga yang dikenakan pada suatu barang atau jasa yang diberikan oleh penjual kepada pembeli karena alasan tertentu.

Penerapan strategi harga yang dilakukan pada PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung dengan memberikan diskon atau potongan harga yang dijual dengan kondisi yang masih baik hanya saja barang produksi pada 2-3 tahun sebelumnya dalam kondisi model yang lama seperti BUY 1 SP 169.000 BUY 2 SP. 269.000. Sehingga diskon atau potongan harga yang diberikan dapat dirasakan dan dijangkau oleh konsumen menengah kebawah, serta menurunkan harga saat barang yang tersedia masih banyak namun permintaan pelanggan turun sehingga yang tersisa barang-barang yang ukurannya tidak lagi lengkap, maupun model baju yang sudah terlalu lama karena produksi beberapa tahun sebelumnya. Dan penurunan harga yang dilakukan tidak mengalami perubahan atau dengan menaikan harga terlebih dahulu. Sehingga

pemberian diskon atau SP yang diterapkan murni tanpa mengalami perubahan harga terlebih dahulu. Sehingga tidak ada unsur penipuan mengenai harga dan pemberian diskon.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Dalam pemberian diskon dan penetapan harga special yang dilakukan di PT.Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung tidak adanya unsur penipuan mengenai harga yang dilarang dalam setiap Aktivitas Ekonomi dalam Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi harga merupakan faktor terpenting dalam perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan suatu produk. Dari hasil penelitian, strategi harga yang telah ditentukan oleh PT. Sekawan Chandra Abadi dengan produk yang dijual berupa pakaian pria dewasa dengan Brand *Manly*.

Salah satu diskon yang diberikan dengan menggunakan diskon kuantitas yang akan meningkatakan banyaknya barang yang akan dibeli oleh konsumen setelah mempertimbangkan diskon yang didapatkan lebih tinggi jika membeli lebih banyak. Buy 1 Disc 30% Buy 2 Disc 50%, Buy 1 Disc 50% Buy 2 Disc 50%+20%, Buy 1 SP 169.000 Buy 2 SP 269.000, dimana pembelia mempertimbangkan untuk membeli 2pcs pakaian pria dewasa. Namun tetap mendapatkan diskon walaupun hanya membeli 1psc, yang berbeda hanyalah diskon yang didapatkan lebih besar jika membeli 2pcs pakaian pria dewasa.

Dari penjelasan diatas mengeni strategi harga PT. Sekawan Chandra Abadi dalam memberikan diskon kepada konsumen dengan tidak ada unsur penipua karena tidak adanya perubahan harga atau harga dinaikan terlebih dahulu sebelum memberikan diskon atau potongan harga, dan tidak menjadikan konsumen menjadi konsumtif karena dengan membeli 1pcs

pakaian pria formal konsumen sudah dapat merasakan manfaat dan diskon yang telah diberikan. Maka dapat disimpulkan bahwa Strategi harga di PT.Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung tidak adanya penipuan, tidak melakukan penimbunan barang, dan penetapan harga disesuaikan dengan permintaan dan penawaran yang masih sesuai dengan Prinsip Ekonomi Islam.

B. Saran

Hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, akan memberikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi semua pihak. Adapun saran peneliti antara lain:

1. Strategi harga dilakukan dengan tujuan meningkatkan keuntungan. Dalam hal ini tidak unsur yang membuat konsumen menjadi konsumtif.
2. Dalam menerapkan strategi harga harus diimbangi dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam yaitu, tidak melakukan penimbunan barang dan adanya transparat kepada konsumen.
3. Dalam memberikan discount sebagai strategi harga harus adanya transparant yang menjelaskan kepada konsumen bahwa disc 50%+20% bukanlah sama dengan 70% melainkan hanya 60%.
4. Dalam melakukan aktivitas Ekonomi sebaiknya berlandaskan dengan Al-Quran dan Al-hadist sehingga aktivitas ekonomi dapat berjalan dengan baik dan tidak pihak yang dirugikan jika berdasarkan pada Prinsip-prinsip Ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam (edisi 3),* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008

Afzalur Rahman, *Doktrin EkonomiIslam Jilid 1,* Yogyakarta: Dana Bhakti Waqaf, 1995

Basu swastha dan ibnu sukarjo, *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern),*Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002

Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013

Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* Jakarta: Balai Pustaka, 2002

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya,* Demak : PT. Tanjung EmasInti: 1992

Eko Supriyanto, *Ekonomi Islam,*Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran,* Yogyakarta: ANDI, 2008

Heflin Frinces, *Strategi Konsepsi Memenangkan Perang Bisnis,* Yogyakarta: Mida Pustaka, 2007

Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial,* Jakarta: Bumi Aksara, 2003

Ilfi Nurdiana, *Hadis-Hadis Ekonomi,* Bandung: Maliki Press, 2012

Kasmir, *Kewirausahaan Edisi Revisi,* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013

Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (edisi revisi), Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012

Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Ekonomi Islam.* Yogyakarta: BPFE, 2004

Muhammad, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam,* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007

Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam,* Jakarta: Rajawali Pers, 2008

Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktik,* Jakarta: Gema Insani Press, 2001

Moh, kasiram, *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif,* Yogyakarta: Sukses Offset, 2008

Muslich, *Bisnis Syariah (perspektif muamalah dan manajemen),* Yogyakarta: UPP STIMYKPN,2007

Nasution, *Metode Research Ilmiah,* Jakarta: Bumi Aksara, 2006

Nurul Huda, *et.al, Ekonomi Makro Islam, Pendekatan Teoritis,* Jakarta: kencana, 2009

Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis,* Jakarta : Rineka Cipta, 2009

Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran,*Indeks: 2008

P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik,* Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011

Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008

Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian,* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012

Soemarsono, *Peranan Harga Pokok Dalam Penentuan Harga Jual,* Jakarta: Reineka Cipta,1990

Sutrisno Hadi, *Metodologi Research,* Yogyakarta: PenerbitPsikologi, UGM, 1984

Zuhairi, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah,* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016

Abraham Firdaus Ghiffari, *Analisis Pengaruh Strategi Harga, Strategi Produk dan Desain,* (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma), diunduh tgl 10 Februari 2017

Bowo Setiawan, *Strategi Bauran Pemasaran Tentang Promosi Pada Toko Sepatu Bata Metro Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam,* Metro, STAIN METRO 2013

Siti Aminah, *Pengaruh Pemasaran Terhadap Peningkatan Pembiayaan Al-Murabahah BMT Fajar Metro Tahun 2006, Metro: STAIN Metro, 2006*

STRATEGI HARGA DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM (STUDI DI PT. SEKAWAN CHANDRA ABADI METRO LAMPUNG)

OUTLINE

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah
B. Pertanyaan Penelitian
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Harga
   1. Pengertian Strategi Harga
   2. Tujuan Strategi Penetapan Harga
   3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi tingkat Harga
   4. Faktor Pertimbangan Penentuan Harga

B. Harga dalam Ekonomi Islam
   1. Teori harga dalam Ekonomi Islam
   2. Penetapan harga dalam Ekonomi Islam
C. Prinsip Ekonomi Islam
   1. Pengertian Ekonomi Islam
   2. Asas-asas Ekonomi Islam
   3. Prinsip-prinsip Ekonomi Islam

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian
B. Sumber Data
C. Teknik Pengumpulan Data
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
E. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung.
B. Strategi Harga di PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung Ditinjau dari Prinsip Ekonomi Islam.
C. Pembahasan

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan
B. Saran

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, 13 Maret 2017

Ririn Desiana Sari
NPM. 1289104

Mengetahui :

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Liberty,SE, MA	**Selvia Nuriasari, M. EI.**
NIP. **19740824 20003 2002**	NIP. **19810828 200912 2 003**

STRATEGI HARGA DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM (STUDI DI PT.SEKAWAN CHANDRA ABADI METRO LAMPUNG)
ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

A. Wawancara

1. wawancara dengan Manager
   a. Siapa yang menentukan harga yang ada di PT. Chandra Sekawan Abadi?
   b. Strategi harga apa yang digunakan di Perusahaan yang bapak kelola?
   c. Apa alasan bapak menggunakan strategi harga tersebut?
   d. Bagaimana mempertimbangkan harga yang akan dijual kepada pelanggan di PT.Sekawan Chandra Abadi?
2. Wawancara dengan Karyawan bagian Harga
   a. Bagaimana menentukan strategi harga yang akan diberikan kepada pelanggan ?
   b. Dalam bentuk apa menentukan strategi harga?
   c. Apa saja yang dapat dipertimbangkan dalam memilih barang-barang yang masuk dalam strategi harga yang diberikan kepada pelanggan ?

B. Dokumentasi

1. Profil PT. Sekawan Chandra Abadi Metro Lampung
2. Literatur tentang Strategi Harga dan Discount atau potongan harga.

Metro, Juli 2017

Ririn Desiana Sari
NPM. 1289104

Mengetahui

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Liberty,SE, MA	**Selvia Nuriasari, M. EI.**
NIP. **19740824 20003 2002**	NIP. **19810828 200912 2 003**

KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO
JURUSAN SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : Sti.13/J-SY/PP.00.9/1009/2015 Metro, 21 September 2015
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:
1. Liberty, SE.,MA
2. Selvia Nuriasari, M.E.I
di –
Metro

Assalamu'alaikum wr.wb.

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

Nama	:	Ririn Desiana Sari
NPM	:	1289104
Jurusan	:	Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi	:	Ekonomi Syariah (ESy)
Judul	:	Analisis Management dan Strategi Penjualan terhadap Minat Konsumtif Karyawan di Tinjau dari Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus PT Chandra Sekawan Abadi 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 edisi revisi yang dikeluarkan oleh STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2013
4 Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
   a Pendahuluan ± 2/6 bagian.
   b Isi ± 3/6 bagian.
   c Penutup ± 1/6 bagian.

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

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Ketua Jurusan,

Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
NIP. 19[illegible]1998032001

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

SURAT TUGAS

Nomor: B-1756/In.28/R.1/TL.01/03/2017

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

Nama	:	**RIRIN DESIANA SARI**
NPM	:	1289104
Semester	:	10 (Sepuluh)
Jurusan	:	Ekonomi Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di PT. SEKAWAN CHANDRA ABADI METRO LAMPUNG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI HARGA DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM (STUDI DI PT. SEKWAN CHANDRA ABADI METRO LAMPUNG)".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

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

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 29 Maret 2017

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan,

Dr. H. Ida Suhairi, S.Ag, MH
NIP 19721001199903100 3

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

Nomor : B-1757/In.28/R.1/TL.00/03/2017
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
MANAGER PT. SEKAWAN
CHANDRA ABADI METRO
LAMPUNG
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1756/In.28/R/TL.01/03/2017, tanggal 29 Maret 2017 atas nama saudara:

Nama	: **RIRIN DESIANA SARI**
NPM	: 1289104
Semester	: 10 (Sepuluh)
Jurusan	: Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT. SEKAWAN CHANDRA ABADI METRO LAMPUNG, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI HARGA DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM (STUDI DI PT. SEKWAN CHANDRA ABADI METRO LAMPUNG)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 29 Maret 2017
Wakil Rektor Bidang Akademik
dan Kelembagaan,

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA IAIN METRO LAMPUNG

Dr. Suhaili, S.Ag, MH
NIP. 19621001199031003

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Telepon (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id.email:iainmetro@metrouniv.ac.id	No Dokumen	FM-IAINJS-BM-05-09
	No Revisi	RO
	Tgl berlaku	
	Halaman	

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ririn Desiana Sari** Jurusan /Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
NPM : 1289104 Semester/TA : X / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 23/3-17	✓	Pendalaman pembahasan bab 1-2-3.	
			- Telah di perbaiki sesuai arahan saat ujian proposal	
			- Silahkan lanjutkan ke bab berikutnya	
			- Acc bab 1,2-3	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Ririn Desiana Sari
NPM. 1289104

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Telepon (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id.email:iainmetro@metrouniv.ac.id	No Dokumen	FM-IAINJS-BM-05-09
	No Revisi	RO
	Tgl berlaku	
	Halaman	

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ririn Desiana Sari** Jurusan /Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
NPM : 1289104 Semester/TA : XI / 2017-2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Selasa 9-1-18	✓	Bimbingan 4-5. * Pd Bab 4. Penjelasan Gambaran Umum lebih di Simpelkan saja Sejah berdirinya di Metro Saja. * Teknis pengetikan footnot, lihat panduan penulisan. * Visi misi di buang Saja. * Struktur organisasi blm di buat. perbaiki!	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 20003 2002

Mahasiswa Ybs,

Ririn Desiana Sari
NPM. 1289104

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Telepon (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id.email:iainmetro@metrouniv.ac.id	No Dokumen	FM-IAINJS-BM-05-09
	No Revisi	RO
	Tgl berlaku	
	Halaman	

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ririn Desiana Sari** Jurusan /Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
NPM : 1289104 Semester/TA : XI / 2017-2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
2.	Senin 19/1-18	✓	Hasil Wawancara yg mengacu pada APD harus di paparkan dan di narasikan secara tertulis lengkap dan jelas. * Dari penjabaran tsb, penulis merumuskan apa yg menjadi inti sari pembahasan sesuai judul penelitian perbaiki !	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 20003 2002

Mahasiswa Ybs,

Ririn Desiana Sari
NPM. 1289104

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Telepon (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id.email:iainmetro@metrouniv.ac.id	No Dokumen	FM-IAINJS-BM-05-09
	No Revisi	RO
	Tgl berlaku	
	Halaman	

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ririn Desiana Sari** Jurusan /Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
NPM : 1289104 Semester/TA : XII / 2017-2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 17/1-18.	✓	Telah di perbaiki sesuai arahan saat bimbingan.	
			Kesimpulan telah menjawab pertanyaan pada bab sebelumnya	
			lengkapi lampiran?	
			Daftar pus sesuaikan dengan kopetensi keilmuan.	
			Skripsi Acc. Siap di ujikan	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 20003 2002

Mahasiswa Ybs,

Ririn Desiana Sari
NPM. 1289104

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Telepon (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id.email:iainmetro@metrouniv.ac.id	No Dokumen	FM-IAINJS-BM-05-09
	No Revisi	RO
	Tgl berlaku	
	Halaman	

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ririn Desiana Sari** Jurusan /Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
NPM : 1289104 Semester/TA : X / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 13/2/17	✓	Revisi GG 4-5	

Dosen Pembimbing II

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 19810828 200912 2 003

Mahasiswa Ybs,

Ririn Desiana Sari
NPM. 1289104

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Telepon (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id.email:iainmetro@metrouniv.ac.id	No Dokumen	FM-IAINJS-BM-05-09
	No Revisi	RO
	Tgl berlaku	
	Halaman	

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ririn Desiana Sari** Jurusan /Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
NPM : 1289104 Semester/TA : X / 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 19/2017		Acc Skripsi	

Dosen Pembimbing II

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 19810828 200912 2 003

Mahasiswa Ybs,

Ririn Desiana Sari
NPM. 1289104

MT. BdJ

chandra
Belanja Nyaman Belanja Hemat

Jl. Hayam Wuruk - Pemuda No. 1 Bandar Lampung Telp. (0721) 269814 Fax. (0721) 269816

Jl. Ikan Bawal No. 29 Teluk Betung - B. Lampung Telp. (0721) 484014, 488139, 481839 Fax. (0721) 489945

Kompiek Pertokoan Sumur Bandung Kota Metro Telp. (0725) 41889, 48831 Fax. (0725) 42579

Jl. Proklamator Raya No. 93 Bandar Jaya Lampung Tengah Telp. (0725) 25547

Jl. Ahmad Yani No. 23 - 25 Pringsewu Telp. (0729) 23 Fax. (0729) 23

Bandar Lampung, 02 Oktober 2017

Kepada Yth,
Perusahaan : **PT. PRIME LINE INTERNATIONAL**
Supplier. : MANLY
Tlp / Fax. : 0341-326818 / 0341-335860
Up. : Ibu Ratna

Dengan hormat,
Untuk meningkatkan omzet penjualan di bulan Oktober - November 2017, kami dari Chandra Dept. Store dengan ini bermaksud mengajak kerjasama kepada seluruh supplier untuk memberikan diskon kepada konsumen Chandra dengan program sebagai berikut :

Tema : **" CHANDRA BIG SALE "**

Acara I : 30% All Item (Senin s/d Kamis) (selective Item.
(Partisipasi Chandra 12.5% : Supplier 17.5%)

Acara II : 50% All Item (Jumat s/d Minggu) – Chandra Metro.
(Margin 25% Netto)

Tanggal : 30 Oktober s/d 30 November 2017

Tempat : Chandra Dept. Store Group
(Chandra Tanjungkarang, Telukbetung, Metro, Bandarjaya, Pringsewu, Kemiling Mal Boemi Kedaton)

Untuk mensukseskan acara tersebut di atas kami tunggu konfirmasi secepatnya melalui Fax No. 0721 – 242439 / 269816 atau ke email *deviana@chandrasuperstore.co.id / wulan@chandrasuperstore.co.id*
Demikianlah penawaran ini kami ajukan, sebelum dan sesudahnya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami
Chandra Super Store

Diana Bunawan

Disetujui,
Pihak Supplier

.....
Nama & Cap Jelas Perusahaan

PT. Prime Line International

Jl. Mangun Sarkoro 8, Malang 65127, Jawa Timur – Indonesia
Tel: (62-341) 326818, Fax: (62-341) 335860

Lampung, 24 Mei 2017
No. : 012/MKT/REG WEST – YN/V/ 2017
Hal : Surat Acara

Kepada Yth.
Bpk / Ibu Store Manager
Chandra Group
Di Tempat

Dengan hormat,
Untuk meningkatkan customer traffic dan menciptakan benefit yang menarik kepada customer, maka bersama ini kami mengadakan acara sebagai berikut :

Nama Acara :
- ▶ Disc. 30% shirt all item (termasuk Koko 2017 & art Spring Summer 2017)
- ▶ Disc. 20% (Celana Formal, Celana Chinos : Costello, Knitting : Curolla, Claymore, Chiifley)
- ▶ Disc. 50% (All Art Fall Winter 2016, Spring Summer 2016 : Colebee, Gerritsen, Kushner, Mercers, Gilchrist)
- ▶ SP 149.000 (termasuk Art Spring Summer 2016 : kecuali art Colebee, Mercers, Kushner, Gerritsen, Gilchrist, Art 2016 : Gatting, Kenny, Dreyfus, Herriot, Ferretti, Melger, Art 2015 : Casula)

Periode : 1 – 30 Juni 2017

Contoh Perhitungan :

Perhitungan Disc. 30% (2000 22503)

Penjualan	: Rp 399.900,-
Disc. 30%	: Rp 119.970,-
	: Rp 279.930,-
Margin 37%	: Rp 147.963,-
	: Rp 131.967,-
Part. 12,5%	: Rp 49.988,-
Manly terima	: Rp 181.955,-

Perhitungan Disc. 20% (2000 22502)

Penjualan	: Rp 399.900,-
Disc. 20%	: Rp 79.980,-
	: Rp 319.920,-
Margin 37%	: Rp 147.963,-
	: Rp 171.957,-
Part. 8%	: Rp 31.992,-
Manly terima	: Rp 203.949,-

Perhitungan Disc. 50% (2000 22505)

Penjualan	: Rp 399.900,-
Disc. 50%	: Rp 199.950,-
	: Rp 199.950,-
Margin 25%	: Rp 49.988,-
	: Rp 149.962,-

Perhitungan SP 149.000 (2000 22508)

Penjualan	: Rp 149.000,-
Margin 25%	: Rp 37.250,-
	: Rp 111.750,-

Demikianlah kami sampaikan dan atas kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,	Mengetahui,	Menyetujui,
Youshe Nena Arco	Deny Yerna Wijaya	[illegible] Bunawan
Supervisor	Marketing Manager	Dept. Store

Note : Apabila setuju harap di fax ke no 0341-335860 paling lambat tanggal 31 Mei 2017 dan apabila belum ada jawaban sampai batas waktu yang sudah ditentukan, kami anggap setuju

Mt. BJ.

PT. Prime Line International

Jl. Mangun Sarkoro 8, Malang 65127, Jawa Timur – Indonesia
Tel: (62-341) 326818, Fax: (62-341) 335860

Lampung, 20 Juni 2017
No. : 017/MKT/REG WEST – YN/VI/ 2017
Hal : Surat Acara

Manly

Kepada Yth.
Bpk / Ibu Store Manager
Chandra Group
Di Tempat

Dengan hormat,
Untuk meningkatkan customer traffic dan menciptakan benefit yang menarik kepada customer, maka bersama ini kami mengadakan acara sebagai berikut :

Nama Acara : Shirt all item (termasuk Koko 2017 & art Spring Summer 2017) dijual Beli 1 Disc. 30% Beli 2 Disc. 50%
Periode : 21 Juni – 2 Juli 2017

Contoh Perhitungan :

Perhitungan Disc. 30% (2000 22503)

Disc. 30%	: Rp 119.970,-
	: Rp 279.930,-
Margin 37%	: Rp 147.963,-
	: Rp 131.967,-
Part. 12,5%	: Rp 49.988,-
Manly terima	: Rp 181.955,-

Perhitungan Disc. 50% (2000 22505)

Penjualan	: Rp 399.900,-
Disc. 50%	: Rp 199.950,-
	: Rp 199.950,-
Margin 25%	: Rp 49.988,-
	: Rp 149.962,-

Demikianlah kami sampaikan dan atas kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,	Mengetahui,	Menyetujui,
Youshe Nena Arco	Deny Verna Wijaya	[illegible]
Supervisor	Marketing Manager	Dept. Store

Note : Apabila setuju harap di fax ke no 0341-335860 paling lambat tanggal 21 Juni 2017 dan apabila belum ada jawaban sampai batas waktu yang sudah ditentukan, kami anggap setuju

MH, BJ.

PT. Prime Line International

Jl. Mangun Sarkoro 8, Malang 65127, Jawa Timur – Indonesia
Tel: (62-341) 326818, Fax: (62-341) 335860

Lampung, 16 Juni 2017
No. : 015/MKT/REG WEST – YN/VI/ 2017
Hal : Surat Acara

Kepada Yth.
Bpk / Ibu Store Manager
Chandra Group
Di Tempat

Dengan hormat,
Untuk meningkatkan customer traffic dan menciptakan benefit yang menarik kepada customer, maka bersama ini kami mengadakan acara sebagai berikut :

Nama Acara :
- **Buy 1 Disc. 50% Buy 2 Disc. 50% + 20% (All Art Fall Winter 2016, Spring Summer 2016 : Colebee, Gerritsen, Kushner, Mercers, Gilchrist)**
- **Buy 1 SP 169.000 Buy 2 SP 269.000 (Art 2016 : Gatting, Kenny, Dreyfus, Herriot, Ferretti, Melger, Art 2015 : Casula, Art Spring Summer 2016 kecuali art Colebee, Mercers, Kushner, Gerritsen, Gilchrist)**

Periode : 16 – 30 Juni 2017

Contoh Perhitungan :

Perhitungan Disc. 50% (2000 22505)

Penjualan	: Rp 399.900,-
Disc. 50%	: Rp 199.950,-
	: Rp 199.950,-
Margin 25%	: Rp 49.988,-
	: Rp 149.962,-

Perhitungan SP 169.000 (2000 22508)

Penjualan	: Rp 169.000,-
Margin 25%	: Rp 42.250,-
	: Rp 126.750,-

Perhitungan Disc. 50% + 20% (2000 22506)

Penjualan	: Rp 399.900,-
Disc. 50%	: Rp 199.950,-
	: Rp 199.950,-
Disc. + 20%	: Rp 39.990,-
	: Rp 159.960,-
Margin 25%	: Rp 39.990,-
	: Rp 119.970,-

Demikianlah kami sampaikan dan atas kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,	Mengetahui,	Menyetujui,
Youshe Nena Arco	Deny Verna Wijaya	Novi [redacted]
Supervisor	Marketing Manager	Dept. Store

Note : Apabila setuju harap di fax ke no 0341-335860 paling lambat tanggal 19 Juni 2017 dan apabila belum ada jawaban sampai batas waktu yang sudah ditentukan, kami anggap setuju

RIWAYAT HIDUP

Ririn Desiana Sari dilahirkan di Natar pada tanggal 10 Desember 1992, anak kedua dari pasangan Bapak Syarifudin dan Ibu Umi Lamiyati

Pendidikan SD Negeri 4 Metro Barat dan diselesaikan pada tahun 2004, kemudian melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama pada SMP Muhammadiyah 1 Metro , dan selesai pada tahun 2007. Sedangkan Pendidikan Menengah Atas pada SMK Negeri 2 Metro, dan selesai pada tahun 2010, kemudian melanjutkan pendidikan di STAIN Jurai Siwo Metro Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam dimulai pada Semester I TA. 2012/2013. Dan sekarang sudah alih status menjadi IAIN Metro Lampung Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.