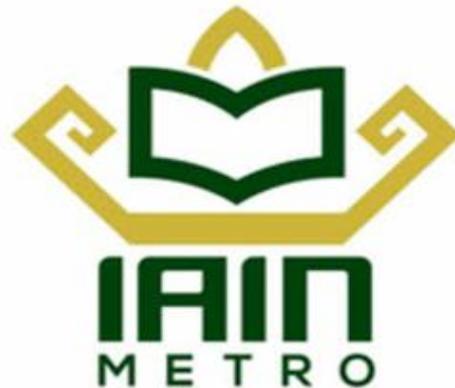


SKRIPSI

**ANALISIS PENETAPAN HARGA PLAVON WIFON PVC
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Study Kasus Pada Toko Karya Abadi di Sridadi OKU Timur)**

Oleh:

**NOVITA RISMA AYU
NPM. 1903010050**



**Jurusan Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M**

**ANALISIS PENETAPAN HARGA PLAVON WIFON PVC
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Study Kasus Pada Toko Karya Abadi di Sridadi OKU Timur)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**NOVITA RISMA AYU
NPM. 1903010050**

Pembimbing : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

**Jurusan Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan Untuk di Munaqosyahkan
Saudari Novita Risma Ayu**

Kepada Yth,
Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-
Metro

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka Skripsi saudara :

Nama : NOVITA RISMA AYU
NPM : 1903010050
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : ANALISIS PENETAPAN HARGA PLAVON
WIFON PVC TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM (Study Kasus Pada Toko Karya
Abadi di Sridadi OKU Timur)

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di Munaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Metro, Juni 2023
Dosen Pembimbing,



Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy
NIDN. 2016068401

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS PENETAPAN HARGA PLAVON WIFON PVC
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Study Kasus Pada Toko
Karya Abadi di Sridadi OKU Timur)

Nama : NOVITA RISMAAYU
NPM : 1903010050
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Juni 2023
Dosen Pembimbing



Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy
NIDN. 2016068401



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

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id
E-mail: iaimetro@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-2508/In-28.3/D/PP-00.9/07/2023

Skripsi dengan judul : ANALISIS PENETAPAN HARGA PLAVON WIFON PVC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Study Kasus Pada Toko Karya Abadi di Sridadi OKU Timur). Disusun oleh: NOVITA RISMA AYU, NPM. 1903010050, Jurusan Ekonomi Syariah (ESy) yang telah di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal : Senin/ 26 Juni 2023.

TIM PENGUJI

Ketua/ Moderator : Aulia Ranny Priyatna, M.E.,Sy

Penguji I : Suci Hayati, M.S.I

Penguji II : Reonika Puspita Sari, M.E.,Sy

Sekretaris : Agus Alimuddin, M.E

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Siti Zuhikha, S.Ag., MH.
NIP. 19720611 199803 2 001

ABSTRAK

ANALISIS PENETAPAN HARGA PLAVON WIFON PVC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Study Kasus Pada Toko Karya Abadi di Sridadi OKU Timur)

Oleh:

Novita Risma Ayu
NPM. 1903010050

Plavon merupakan produk perlengkapan rumah tangga yang cukup banyak diminati oleh masyarakat. Produk plavon selain memenuhi kebutuhan, plavon juga dapat memberikan kesan dalam umah sehingga terlihat lebih rapih dan nyaman. Namun dari berbagai manfaat tersebut produk plavon memiliki harga relatif, masyarakat dapat memberi kesan harga mahal atau murah tergantung dari kesanggupan konsumen dalam membeli produk plavon tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penetapan harga aproduk plavon wifon PVC terhadap keputusan pembelian konsumen perspektif etika bisnia Islam, serta ingin mengetahui alasan konsumen memutuskan membeli produk plavon toko Karya Abadi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sedangkan sifat penelitiannya bersifat deskriptif kualitatif. Sementara sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan menggunakan metode analisis data model miles and huberman, dan menggunakan teknik penjamin keabsahan data triangulasi.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa penetapan harga produk plavon toko Karya Abadi dipengaruhi berdasarkan biaya pembelian produk, transportasi, dan upah karyawan. Selain itu penetapan harga juga dapat dipengaruhi oleh harga pesaing, keuntungan yang diinginkan serta harga tawar menawar antara produsen dengan konsumen. Selain dari sisi harga alasan konsumen membeli produk plavon toko Karya Abadi yaitu produk plavon yang dijual cukup lengkap sehingga konsumen dapat memilih produk yang diinginkan. harga yang ditetapkan juga tidak jauh dari harga plavon lain serta produk plavon toko Karya Abadi berkualitas baik dan tahan lama. Untuk penerapan etika bisnis Islam terkhusus pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam, toko Karya Abadi belum sepenuhnya menerapkan pada usahanya. Berdasarkan 5 prinsip-prinsip etika bisnis Islam empat diantaranya sudah diterapkan yaitu kesatuan, kehendak bebas, keseimbangan, kebenaran sudah diterapkan. Namun untuk tanggungjawab belum sepenuhnya diterapkan oleh toko karya Abadi.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian Konsumen, Penetapan Harga, Perspektif Etika Bisnis

ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Novita Risma Ayu

NPM : 1903010050

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

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

Metro, Juni 2023
Saya Menyatakan,

Novita Risma Ayu
NPM. 1903010050

MOTTO

وَيَقْوِمُ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا
تَعْتَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan”. (QS. Hud (11) :85)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur Alhamdulillah atas segala yang diberikan oleh Allah SWT, peneliti persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ibunda Yusmawita dan Ayahanda Hadi Sucipto tercinta, yang selalu melimpahkan samudera kasih sayang, yang selalu menjadi penguat dikala putrinya lemah, dan yang tak pernah bosan mendoakan disetiap langkah putrinya
2. Kakak saya yang amat saya sayangi Yulita Rizky Adianty, kakak ipar Mustoni, serta adik saya Aditia Zakiatu Zahra yang selalu memberikan motivasi dan keceriaan dalam segala hal dan kasih sayang serta perhatiannya.
3. Bapak Mulyani selaku pemilik Toko Karya Abadi yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian sehingga terselesainya skripsi ini.
4. Pemilik NIT 18.54.3148 yang telah membersamai penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi.
5. Temanku Lupita Maulana Sari, Novy Yulyanti (Nopeng), Nur Izzati, Nur Aini, Ita Nurisah, dan segenap teman-teman KPM Desa Talang Mulya yang selalu memberikan keceriaan dan suport bagi kesuksesan peneliti.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Analisis Penetapan Harga Plavon Wifon PVC Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam (Study Kasus Pada Toko Karya Abadi di Sridadi OKU Timur)”. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

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

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag,PIA., selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., MH. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy selaku Pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

6. Kepala Toko dan karyawan Toko Karya Abadi, yang telah bersedia memberikan informasi dan ilmu guna membantu peneliti dalam menyelesaikan Proposal ini.
7. Almamater kebanggaan IAIN Metro dan Sahabat Sahabat tercinta yang selalu memberikan motivasi.

Namun peneliti menyadari, bahwa penyusunan Skripsi ini belum mencapai kesempurnaan, karena ini peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk kesempurnaannya. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri dan bagi pembaca pada umumnya.

Metro, Juni 2023
Peneliti,



Novita Risma Ayu
NPM. 1903010050

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian	8
D. Penelitian Relevan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Penetapan Harga	12
1. Definisi Penetapan Harga.....	12
2. Metode Penetapan Harga	13
3. Tujuan Penetapan Harga	19
4. Tahap-Tahap Penetapan Harga	21
B. Keputusan Pembelian Konsumen	23
1. Definisi Keputusan Pembelian Konsumen	23
2. Proses Keputusan Pembelian Konsumen	24

C. Etika Bisnis Islam	25
1. Definisi Etika Bisnis Islam	25
2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	27
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Dan Sifat Penelitian.....	30
B. Sumber Data.....	31
C. Teknik Pengumpulan Data.....	33
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data	35
E. Teknik Analisis Data.....	35
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Toko Karya Abadi	38
B. Penetapan Harga Plavon PVC Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam.....	41
C. Analisis Penetapan Harga Plavon PVC Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam	48
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	55
B. Saran.....	56
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data (APD)
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus *Plagiarisme*
9. Lambar Konstultasi Bimbingan Skripsi
10. Dokumentasi Penelitian
11. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia tidak terlepas dari bisnis. Bisnis adalah suatu keadaan dimana sekelompok ataupun seseorang melakukan pekerjaan untuk menghasilkan sebuah keuntungan.¹ Untuk melakukan suatu kegiatan bisnis, pengusaha dituntut cermat, teliti, ulet dan juga cekatan, hal tersebut bertujuan agar bisnis yang sedang dijalankan akan semakin maju dan berkembang sesuai dengan yang diinginkan oleh pengusaha.

Perilaku seorang konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya terhadap suatu barang/jasa dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yaitu faktor yang berasal dari seorang konsumen seperti kebutuhan apa yang terlebih dahulu di prioritaskan dan disesuaikan dengan jumlah pendapatan konsumen. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi pembelian konsumen berasal dari lingkungan sekitar seperti trend yang sedang berkembang di tengah masyarakat.

Pada perkembangan yang semakin lama semakin maju ini membuat masyarakat melakukan suatu kegiatan yang mengarah kedalam dunia bisnis. Bisnis dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi yang dapat memproduksi atau menjual suatu barang atau jasa untuk

¹ Eko Purwanto, *Pengantar Bisnis Era Revolusi Industri 4.0* (Banyumas: Sasanti Institute, 2020), 1.

mendapatkan suatu keuntungan, kegiatan ini dilakukan untuk memajukan sebuah perusahaan.

Tujuan dari strategi pemasaran adalah seorang wirausaha mengharapkan agar suatu produk yang dijual bisa dikenal oleh pasar yang menjadi sasaran utama perusahaan dan juga dirasakan oleh para konsumen. Langkah untuk menerapkan dan mengembangkan suatu strategi pemasaran adalah dengan cara merencanakan bauran pemasaran yaitu terdiri dari beberapa elemen yaitu, produk, harga, tempat serta promosi.²

Tingginya tingkat persaingan di pasaran diakibatkan karena banyaknya usaha sejenis yang menjual produk yang serupa. Sehingga membuat para konsumen dapat memilih dan menentukan produk yang sesuai dengan keinginan mereka. Laku tidaknya suatu produk dipasaran sangat tergantung pada perusahaan dalam menetapkan harga produknya. Dalam menetapkan harga suatu barang ataupun jasa tidak dengan asal-asalan saja, melainkan harus disesuaikan dengan produk yang dihasilkan, serta bagaimana manfaat dan kegunaan produk tersebut.³

Penetapan harga juga salah satu cara mempertimbangkan suatu produk atau barang yang dipasarkan bisa laku di pasaran setelah adanya interaksi antara permintaan dan penawaran. Selain itu, setiap wirausahawan harus bisa memahami atau dapat membaca dengan baik tentang penetapan harga berdasarkan dengan metode penetapan harga yaitu, metode penetapan harga

² Rosida, "Target Pasar Dan Strategi Memposisikan Produk Teh Di Pasar Global," *Media LIT Bank Sulteng* 4, no. 2 (n.d.): 128.

³ Fitria Halim et al., *Manajemen Pemasaran Jasa* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 5.

berbasis biaya atau *standar mark up pricing*, serta *cost plus pricing*. Selanjutnya metode penetapan harga berbasis permintaan atau *skimming pricing*, *prestige pricing* serta *perceived value pricing*. Ketiga menggunakan metode penetapan harga berbasis persaingan atau *loss leader pricing* dan juga *above, at, or bellow market pricing*. Dan yang terakhir adalah menggunakan metode penetapan harga berbasis pasar (*market based pricing*) adalah *current market price* dan juga *adjusted current market price*.⁴

Perdagangan Plafon PVC dalam dunia bisnis harga suatu produk sulit ditetapkan di karenakan ketatnya persaingan dagang, Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Karya Abadi dengan cara penetapan harga paling terjangkau demi menciptakan kepuasan pelanggan sehingga terbentuk opini dari pelanggan untuk kembali membeli produk Plafon PVC yang ditawarkan oleh Toko Karya Abadi. Setiap perusahaan atau toko dibidang pemasaran tentunya tidak lepas dari adanya faktor harga untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya. Untuk itu, toko harus senantiasa memperhatikan faktor tersebut, tujuannya untuk mengimbangi perkembangan dunia bisnis yang semakin ketat.

Pengambilan keputusan merupakan proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang, identifikasi masalah sampai terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi, rekomendasi itulah yang selanjutnya digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan. Dalam hal keputusan

⁴ Tati Handayani and Muhammad Anwar Fatoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam* (Jogja: Deepublish, 2019), 7.

pembelian suatu barang atau jasa harga menjadi salah satu pertimbangan dalam memutuskan keputusan pembelian suatu barang/jasa. Penetapan harga oleh suatu perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, akan tetapi juga memperhatikan keuntungan serta manfaat yang akan diterima oleh konsumen. Penetapan harga berbeda-beda di setiap pasar, hal tersebut disebabkan ada perbedaan peraturan dan kebiasaan yang berlaku.

Konsumen sangat mempertimbangkan harga dalam memakai sebuah produk yang ditawarkan. Harga suatu produk bergantung dengan kebijakan perusahaan, akan tetapi harus tetap mempertimbangkan beberapa hal, yaitu pada bahan baku, biaya produksi, murah atau mahal nya suatu barang. Untuk itu perlu membandingkan harga produk serupa yang telah dijual atau diproduksi oleh perusahaan lain terlebih dahulu. Maknanya, perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh pesaing lainnya, guna harga yang telah ditetapkan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.

Konsumen adalah salah satu tolak ukur keberhasilan dalam sebuah perusahaan. Konsumen membeli sebuah produk yang ditawarkan tersebut dikarenakan konsumen minat atau tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Minat beli adalah suatu yang berhubungan dengan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk yang dibutuhkan dan disukai oleh konsumen tersebut.⁵

⁵ Arrahma Elian Tania, Haris Hermawan, and Ahmad Izzuddin, "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen," *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik* 9, no. 1 (February 26, 2022): 258, <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>.

Keputusan pembelian merupakan salah satu dari beberapa tahapan proses keputusan pembelian sebelum pembelian dilakukan. Beberapa dari tahapan proses keputusan pembelian ialah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi tentang produk, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Dalam memutuskan pembelian tersebut, maka seorang konsumen sudah merasa yakin dengan keputusan yang diambilnya yakni membeli produk tersebut berdasarkan dari pertimbangan-pertimbangan yang sudah dilakukan. Ada beberapa pertimbangan yang mempengaruhi konsumen untuk membeli sebuah produk yang ditawarkan oleh penjual, yaitu kebutuhan yang ada pada kehidupan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, konsumen akan mencari informasi tentang produk yang ditawarkan oleh penjual, dan yang terakhir adalah pertimbangan tentang harga jual yang ditawarkan untuk sebuah produk tersebut.⁶

Islam menganjurkan dalam suatu bisnis atau perdagangan haruslah beretika. Dalam aktivitas bisnis Islam etika sangat dianjurkan, salah satu praktik perdagangan yang mendasar dalam kegiatan bisnis (usaha) adalah suka sama suka. Rasulullah SAW Sebagaimana halnya aspek-aspek lain dalam kehidupan manusia yang melibatkan etika, ekonomi dan bisnis juga selalu dikaitkan dengan etika sehingga munculah apa yang disebut dengan etika dalam bisnis. Etika bisnis dalam Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnis

⁶ Dedy Harahap, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (Pajus) Medan," *Jurnal Keuangan & Bisnis* 7 (November 1, 2015): 232, <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/KGXDM>.

tidak perlu ada kekhawatiran, sebab diyakini sebagai suatu yang baik dan benar. Dengan ini Islam memberikan syarat pada perniagaan yaitu berlaku adil dengan mengedepankan mutu dan ukuran (takaran dan timbangan).

Sebagaimana Allah SWT berfirman:

وَيَقُومُوا أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ
وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan*⁷.

(Qs. Hud :85)

Berdasarkan ayat Al-Qur'an diatas dijelaskan bahwa umat Islam dituntut agar berlaku adil, tidak hanya kepada sesama umat islam, tetapi juga kepada siapa saja walaupun kepada orang-orang yang tidak disukai. Hal ini menjadi acuan bagi umat Islam dalam berbisnis yaitu berperilaku adil yaitu tidak membeda-bedakan konsumen dari kalangan manapun.⁸

Toko Karya Abadi adalah sebuah toko atau bisa disebut juga sebuah usaha kecil menengah yang menjual berbagai macam produk Plavon Wifon PVC, seperti yang diketahui bahwa plavon adalah salah satu produk yang diperlukan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, Toko Karya Abadi yang beralamat di Sridadi, Kecamatan Buay Madang, Kabupaten

⁷ Departemen Agama RI, *Al Quran dan Terjemahannya* (Solo: Penerbit Abyan, 2014), 231

⁸ Tafsir Ringkas Kementrian Agama RI, "Surat Al-Ma'idah Ayat 8," dalam tafsirweb.com diakses pada 25 Februari 2023

OKU Timur yang didirikan oleh bapak Mulyani Pada Tahun 2017, beroperasi setiap hari pada pukul 07.30-17.00 WIB.⁹

Produk pada Toko Karya Abadi yang dijual oleh bapak Mulyani ini cukup lengkap, mulai dari papan plafon PVC mulai dari kualitas tinggi, kualitas sedang, dan kualitas rendah. Harga dari masing-masing kualitas tersebut tentunya memiliki perbedaan, yaitu kualitas tinggi memiliki harga Rp 17.000,-, untuk kualitas sedang memiliki harga Rp 13.000,-, sedangkan kualitas rendah memiliki harga sebesar Rp 12.000,-. Selain menyediakan papan plafon, toko Karya Abadi juga menjual berbagai aksesoris plafon yaitu Lis figura, sekrup, holo, ornamen, lampu LED, lampu selang, trafo, piting lampu, lis putih, paku beton, lem, silikon, lampu gantung, dan siku figura, dengan berbagai harga, dari harga Rp 10.000,- sampai kisaran harga Rp 500.00,- tergantung produk yang diinginkan. Harga produk sejenis di toko Karya Abadi tergolong lebih terjangkau dari pada toko lain di sekitarnya yang mematok dengan harga lebih tinggi kisaran Rp. 10.000,00 per produk.¹⁰

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian tertarik untuk melakukan penelitian yakni membahas tentang **Analisis Penetapan Harga Plafon Wifon PVC Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam (Study Kasus Pada Toko Karya Abadi di Sridadi OKU Timur).**

⁹ Risa Agista Hasdi, Wawancara dengan Admin Toko Karya Abadi, Desember 2022.

¹⁰ Risa Agista Hasdi, Wawancara dengan Admin Toko Karya Abadi, Desember 2022.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka diperoleh pertanyaan penelitian bagaimana Analisis Penetapan Harga Produk Plavon PVC Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Penetapan Harga Produk Plavon PVC Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam.

2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat atau kegunaan sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Secara teoritis yakni untuk menambah ilmu pengetahuan yang berkaitan tentang analisis penetapan harga produk yang dilakukan oleh Toko Karya Abadi atau masyarakat umum.

b. Secara Praktis

Secara praktisi adalah sebagai bahan kajian dan pemikiran lebih lanjut untuk semua pihak yang berkepentingan untuk mengetahui dan memahami tentang strategi penetapan harga produk plavon yang dilakukan oleh Toko Karya Abadi dalam meningkatkan pendapatan. Dan juga bagi pihak Toko Karya Abadi untuk mengetahui apakah sudah tepat strategi yang mereka gunakan untuk menetapkan harga

sebuah produk. Serta untuk memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengevaluasi kinerjanya guna memperbanyak konsumen sehingga dapat dijadikan sebagai masukan untuk memahami dan memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen.

D. Penelitian Relevan

Dalam penulisan skripsi ini, ditemukan beberapa skripsi yang dapat dijadikan kajian terdahulu, diantaranya sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Erwin Ardiansyah, Ulfiyani Asdiansyuri dan Putri Reno Kemala Sari, *Jurnal of Applied Business and Banking (JABB)* “*Analisis Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Mozart Plafon PVC Sweta*”. Bertujuan untuk untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Mozart Plafon PVC Sweta. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan penelitian asosiatif.

Persamaan dengan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan variable penetapan harga. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu peneliti ini mengkaji mengenai Analisis Penetapan Harga Plavon Wifon PVC Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam, sedangkan

penelitian tersebut mengkaji tentang Kepuasan Konsumen Pada Toko Mozart Plafon PVC Sweta.¹¹

Penelitian yang dilakukan oleh Dede Hertina dan Robby Hekmatyar, *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, “*Pengaruh penetapan harga dan penjualan terhadap kuantitas produk pada saat pandemi covid 19*”. Bertujuan menganalisis pengaruh penetapan harga dan penjualan produk terhadap penetapan harga penjualan pada Apotek Talitha Kota Cianjur. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan penelitian kualitatif.

Persamaan dengan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan variable penetapan harga. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu peneliti ini mengkaji mengenai Analisis Penetapan Harga Plavon Wifon PVC Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam, sedangkan penelitian tersebut mengkaji tentang Pengaruh penetapan harga dan penjualan terhadap kuantitas produk pada saat pandemi covid 19.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Muhajirin, *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, “*Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Foodbox*”. Bertujuan mengetahui seberapa baik streatgei penetapan harga dan promosi dalam meningkatkan

¹¹ Erwin Ardiansyah, Ulfiani Asdiansyuri, and Putri Reno Kemala Sari, “Analisis Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Mozart Plavon PVC Sweta,” *Jurnal Of Applied Business and Banking (JABB)* 4, no. 1 (2023): 49–58.

¹² Dede Hertina and Robby Hekmatyar, “Pengaruh Penetapan Harga Dan Penjualan Terhadap Kuantitas Produk Pada Saat Pandemi Covid 19,” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 1 (2022): 66–73.

volume penjualan pada Foodbox. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian deskripsi.¹³

Persamaan dengan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan variable penetapan harga. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu peneliti ini mengkaji mengenai Analisis Penetapan Harga Plavon Wifon PVC Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam, sedangkan penelitian tersebut mengkaji tentang Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Foodbox.

¹³ Astuti and Muhajirin, "Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Foodbox," *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 15, no. 2 (2022): 492–98.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penetapan Harga

1. Definisi Penetapan Harga

Bauran pemasaran harga adalah komponen yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Dalam dunia bisnis harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan barang yang diinginkan.¹ Harga biasanya mempengaruhi suatu kualitas pada produk. Sederhananya harga adalah sejumlah uang yang digunakan untuk alat tukar guna memperoleh produk atau jasa.

Penetapan harga merupakan suatu proses menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diterima atau diperoleh oleh suatu perusahaan dari produk yang dihasilkan. Penetapan harga mempunyai fungsi yang sangat luas dalam program pemasaran. Dalam menetapkan harga seorang produsen harus mempelajari tentang kebutuhan, harapan, dan keinginan konsumen agar mencapai pasar yang dituju.²

Produsen harus pula memahami secara mendalam besaran sensitifitas konsumen terhadap harga yang berhubungan dengan elastisitas harga dan ekspektasi harga. Atau dengan kata lain harga dan penetapan harga adalah proses yang harus dilakukan pada suatu perusahaan untuk memberikan nilai suatu produk atau jasa dengan menghitung terlebih

¹ Saporso, *Marketing Process* (Jakarta: Ukrida Press, 2019), 325.

² Ritonga et al., *Manajemen Pemasaran Konsep Dan Strategi*, 103.

dahulu segala macam biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh keuntungan atau laba serta mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan.

Harga selalu berhubungan dengan penjual dan pembeli. Melalui harga dan pembayaran tersebut maka dapat menutupi biaya produksinya dan menentukan keberlangsungan hidup suatu perusahaan atau bisnis. Begitu pula dengan pembeli, ia akan mempertimbangkan harga produk tersebut, karena berkaitan dengan sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh dan menikmati produk tersebut.³

Berdasarkan beberapa definisi diatas penetapan harga adalah proses untuk menentukan nilai suatu produk atau jasa dengan menghitung segala macam biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh keuntungan.

2. Metode Penetapan Harga

Metode yang dapat digunakan untuk menetapkan harga pada suatu produk tergantung pada basis yang telah dipilih oleh perusahaan itu sendiri. Metode penetapan harga tersebut antara lain:

a. Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Penetapan harga berbasis permintaan akan mempertimbangkan permintaan pasar. Harga akan ditetapkan sesuai dengan tingkat permintaannya. Sehingga suatu perusahaan perlu memahami dengan baik sampai dimana permintaan terhadap barang tersebut terbentuk.

³ Sapparso, *Marketing Process*, 326.

Ada beberapa metode penetapan harga berbasis permintaan yaitu:

1) *Skimming Pricing*

Strategi *Skimming Pricing* dilakukan dengan menetapkan harga yang tinggi pada suatu produk dan dengan dilengkapi aktivitas promosi. Tujuan dari strategi *skimming pricing* ini adalah:

- a) Untuk melayani pelanggan atau konsumen yang tidak terlalu sensitif dengan harga selama belum ada persaingan.
- b) Untuk menutup biaya yang dikeluarkan untuk promosi dan riset pengembangan secepat mungkin melalui margin yang besar.
- c) Untuk membatasi permintaan pada tingkat yang tidak melampaui kapasitas produksi perusahaan.
- d) Untuk berjaga-jaga dari kemungkinan terjadinya kekeliruan dalam penetapan harga, karena akan lebih mudah untuk menurunkan harga awal yang dirasa terlalu tinggi oleh pelanggan atau konsumen daripada menaikkan harga awal yang dirasa terlalu murah untuk menutup semua biaya yang dikeluarkan.⁴

2) *Prestige Pricing*

Harga dapat digunakan oleh pelanggan atau konsumen sebagai tolak ukur kualitas atau prestise pada suatu barang/jasa.

Jika harga diturunkan sampai pada tingkat tertentu maka

⁴ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011), 105.

permintaannya juga akan turun. Pada metode penetapan *prestige pricing* ini harga ditetapkan pada tingkat harga yang tinggi sehingga konsumen atau pelanggan yang sangat peduli dengan statusnya akan tertarik dengan produk dan kemudian membelinya.⁵

3) *Perceived Value Pricing*

Metode *perceived value pricing* ini konsumen lebih memperhatikan manfaat dari produk tersebut (bersifat psikologis) dari pada harga yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut. Seringkali harapan-harapan konsumen terhadap manfaat yang akan di dapat dari produk tersebut sengaja diciptakan oleh produsen agar konsumen lebih memperhatikannya (dengan mengabaikan besaran harga yang dikeluarkan). Berdasarkan uraian diatas, harga pada produk dapat ditetapkan menurut manfaat dari produk itu sendiri. Penetapan harga dengan cara memperhitungkan nilai atau beberapa manfaat yang akan diterima oleh konsumen, misalkan potongan pada harga, nilai bahan yang berkualitas, pelayanan pasca penjualan (pelayanan yang diberikan untuk konsumen dari perusahaan yang mempunyai keluhan setelah kegiatan jual beli), dan kelebihan lainnya.

b. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Pada metode ini, faktor harga yang paling penting bukanlah aspek permintaan tetapi aspek penawaran atau biaya. Harga ditetapkan

⁵ Shinta, 107.

berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead, dan laba.⁶ Terdapat 2 metode dalam melakukan penetapan harga berbasis biaya ini, yaitu:

- 1) *Cost Plus Pricing* (Metode Penetapan Harga Biaya-Plus), adalah penetapan biaya yang perhitungannya dengan cara harga jual per unit dihitung dengan menjumlahkan seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu sebagai laba yang ditentukan oleh pihak perusahaan. Metode ini adalah metode yang paling sederhana yaitu hanya menambah angka standar pada biaya sebuah produk. Metode ini mengabaikan harga pesaing dan permintaan yang kemungkinan besar tidak menghasilkan harga terbaik.
- 2) *Mark-up Pricing* (Metode Penetapan Harga *Mark-up*) adalah penetapan harga yang dilakukan hanya dengan menambah laba, cara ini dilakukan oleh pedagang perantara, hal itu dikarenakan pedagang perantara tidak memiliki biaya produksi.⁷ *Mark up* yang ditetapkan oleh perusahaan biasanya semakin besar jika pada produk tersebut semakin mendekati konsumen, karena produk yang semakin dekat dengan pelanggan akhir maka penjual hanya

⁶ Anisah Luthpi Adawiyah et al., "Konsep Keseimbangan Ekonomi Terhadap Mekanisme Pasar Dan Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)* 4, no. 6 (November 13, 2022): 3313, <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i6.8734>.

⁷ Ritonga et al., *Manajemen Pemasaran Konsep Dan Strategi*, 108.

memiliki produk dalam volume kecil dan harus menyediakan berbagai macam pelayanan kepada pembeli.

c. Metode Penetapan Harga Berbasis Pasar (*Market Based Pricing*)

Metode penetapan harga berbasis pasar merupakan penetapan harga yang dimana suatu perusahaan mempertimbangkan keadaan pasar dalam menetapkan suatu harga pada produknya. Terdapat beberapa macam dalam penetapan harga berbasis pasar, yaitu:

1) Harga Pasar Saat Ini (*Current Market Price*)

Metode penetapan harga ini digunakan jika perusahaan mengeluarkan produk baru atau hasil inovasi dari produk lama. Suatu perusahaan akan menetapkan produk baru tersebut seharga dengan produk yang lama. Penggunaan metode penetapan harga ini murah dan cepat, tetapi pangsa pasar yang diperoleh pada tahun pertama relatif kecil, karena pembeli yang belum mengetahui profil dari produk baru perusahaan tersebut. Misalkan dari kualitas, bentuk, dan rasa

2) Harga Pasar yang Disesuaikan (*Adjusted Current Market Price*)

Dalam menyesuaikan harga pasar ini dapat dilakukan berdasarkan oleh dua faktor, dua faktor tersebut adalah faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal berupa antisipasi pada inflasi, suku bunga perbankan, nilai tukar mata uang, tingkan keuntungan yang diharapkan, perubahan cuaca, perubahan model dan tingkat pertumbuhan ekonomi nasional atau internasional.

Sedangkan faktor internalnya merupakan kemungkinan pada kenaikan biaya transportasi, gaji atau upah, peluncuran produk baru, peningkatan efisiensi produk, dan sebagainya.

d. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Harga dapat bertahan pada pasar persaingan jika mempertahankan beberapa harga pesaingnya. Oleh karena itu, harga dapat ditentukan dibawah, diatas, atau sama dengan harga pesaingnya. Selain pada harga, strategi penetapan harga juga dapat berdasarkan pada persaingan non harga, yaitu misalnya meningkatkan penawaran pelayanan atau juga menggeser orientasi dari produk fisik ke jasa (misalnya mengutamakan manfaat dari produk bukan pada produk fisik yang dijual).

Ada beberapa macam metode penetapan harga berbasis persaingan, yaitu:

- 1) *Customary pricing*, metode ini biasa digunakan pada produk-produk yang harganya ditentukan oleh beberapa faktor seperti saluran distribusi yang terstandardisasi, faktor tradisi, atau faktor pesaing lainnya. Pada metode penetapan harga ini suatu perusahaan berusaha agar tidak mengubah suatu harga diluar batas yang diterima.
- 2) *Above, At, or Below Market Pricing*, *Above – market pricing* ini dilakukan dengan menetapkan harga yang lebih tinggi dari pada harga pasar. Metode ini hanya cocok digunakan untuk perusahaan

yang sudah mempunyai reputasi atau perusahaan yang menghasilkan barang prestise, dimana pembeli kurang memperhatikan harga dalam membeli suatu produk, tetapi pembeli lebih mengutamakan kualitas atau faktor prestise dalam suatu produk yang dibeli.

At – market pricing yaitu penetapan harga yang dilakukan dengan cara menetapkan harga sebesar harga pada pasar yang sering dikaitkan dengan pesaing, cara ini biasa diterapkan pada saat biaya sulit diukur, penyesuaian dengan harga yang sedang berlaku umum dipandang sebagai cara yang tidak merusak keseimbangan dalam suatu industri, dan sulit mengetahui reaksi konsumen dan pesaing terhadap perbedaan pada suatu harga. *Below market pricing* dilakukan dengan cara menetapkan harga di bawah harga pasaran.⁸

Teori metode penetapan harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertama metode penetapan harga berbasis permintaan dan metode penetapan harga berbasis biaya.

3. Tujuan Penetapan Harga

Harga merupakan komponen yang dapat menentukan seberapa besar laba atau keuntungan yang didapat pada perusahaan dari sebuah produk yang terjual.

⁸ Shinta, *Manajemen Pemasaran*, 112–13.

Ada beberapa tujuan penetapan harga⁹, yaitu:

a. Tujuan Yang Berorientasi Pada Volume

Pada tujuan ini harga produk ditetapkan sedemikian rupa agar bisa mencapai target penjualan, pangsa pasar atau nilai penjualan (*absolute atau relative*).

b. Tujuan Yang Berorientasi Pada Laba

Tujuan yang berorientasi pada laba ini meliputi dua pendekatan, yaitu target laba dan maksimalisasi laba. Pendekatan target laba merupakan tingkat laba yang diharapkan atau sesuai sebagai sasaran laba, ada 2 macam dari target laba yang biasa dipakai pada suatu perusahaan yaitu target ROI (*Return On Investment*) dan target margin. Target ROI adalah target laba pada suatu produk yang dinyatakan sebagai rasio laba terhadap penjualan. Sedangkan target margin adalah target laba pada produk yang dinyatakan sebagai presentase yang mencerminkan rasio laba pada suatu penjualan.

Pendekatan maksimalisasi laba (asumsi teori ekonomi klasik) menyatakan bahwa suatu perusahaan berusaha untuk memilih harga yang dapat menghasilkan keuntungan atau laba yang paling tinggi. Maka dalam praktiknya, sulit sekali atau tidak mungkin suatu perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat memaksimalkan harga.

⁹ Satriadi et al., *Manajemen Pemasaran* (DI Yogyakarta: Samudra Biru, 2021), 114–16.

c. Tujuan Stabilitas Harga

Tujuan ini dilakukan dengan cara menetapkan suatu harga agar dapat mempertahankan hubungan yang stabil antara harga pada perusahaan dengan harga pada pemimpin industri atau *industry leader*. Tujuan ini harga didasarkan pada suatu strategi memenuhi atau menghadapi tuntutan persaingan.

d. Tujuan yang Berorientasi Pada Citra

Penetapan harga dapat membentuk citra pada suatu perusahaan. Penetapan harga, baik pada penetapan harga tinggi atau harga rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi pembeli terhadap keseluruhan pada bauran produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Pada tujuan ini perusahaan berusaha menghindari persaingan dengan cara melakukan diferensiasi produk atau dengan cara melayani segmen pasar khusus.

4. Tahap-Tahap Penetapan Harga

Ada enam tahap dalam menetapkan harga suatu produk¹⁰, yaitu:

a. Memilih Tujuan Penetapan Harga

Tujuan tersebut ada lima yaitu, kemampuan bertahan, pangsa pasar maksimum, laba saat ini maksimum, kepemimpinan kualitas produk, pemerahan pasar maksimum, dan tujuan lainnya.

¹⁰ Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 190–91.

b. Menentukan Permintaan

Setiap harga akan mengarah pada permintaan yang berbeda, dan karena itu akan mempunyai berbagai dampak pada tujuan pemasaran suatu perusahaan

c. Memperkirakan biaya permintaan menetapkan batas harga yang dapat dikenakan perusahaan untuk produknya.

Perusahaan ingin menetapkan harga yang dapat menutupi biaya produksi, mendistribusikan, dan menjual produk, termasuk juga tingkat pengembalian yang wajar bagi usaha. Tetapi, ketika perusahaan menetapkan harga produk yang bisa menutupi biaya penuh mereka, probabilitas pada perusahaan tidak selalu menjadi hasil akhir.

d. Menganalisis biaya, harga dan penawaran pesaing

Perusahaan harus mempertimbangkan harga pada pesaing terdekat, jika penawaran pada perusahaan mengandung beberapa fitur yang tidak ditawarkan oleh pesaing, maka perusahaan harus mengevaluasi nilai mereka bagi konsumen dan menambahkan nilai tersebut ke harga pesaing. Jika penawaran pesaing tersebut mengandung fitur-fitur yang tidak ditawarkan oleh perusahaan, perusahaan harus mengurangi nilai mereka dari harga perusahaan.

e. Memilih Metode Penetapan Harga

Ada beberapa metode penetapan harga yaitu, metode penetapan harga berbasis perminta, biaya, pasar, persaingan, dan metode penetepana harga lainnya.

f. Memilih harga Akhir

Dalam memilih harga akhir, perusahaan harus mempertimbangkan beberapa faktor tambahan, termasuk dampak dari kegiatan pemasaran lainnya, kebijakan penetapan harga perusahaan, penetapan harga berbagai keuntungan dan resiko, dan dampak harga pada pihak lain.

B. Keputusan Pembelian Konsumen

1. Definisi Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan konsumen adalah tindakan konsumen dalam memutuskan produk yang dirasa akan menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen.¹¹ Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat pada pengambilan keputusan guna melakukan pembelian terhadap suatu produk yang ditawarkan oleh penjual atau produsen. Keputusan pembelian tersebut dipengaruhi oleh pelayanan, produk, keuangan, produk, budaya, harga, lokasi atau tempat, promosi, serta proses suatu produk. Setelah mempertimbangkan beberapa aspek tersebut maka konsumen akan mengambil kesimpulan untuk produk apakah yang akan dibeli.

¹¹ Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen Teori Dan Aplikasi* (Bandung: ALFABETA, 2016), h. 57.

2. Proses Keputusan Pembelian Konsumen

Proses keputusan pembelian konsumen ada lima tahap yang perlu dilakukan sebelum melakukan keputusan pembelian dan pasca pembelian, berikut adalah beberapa proses keputusan pembelian yaitu:

- a. Pengenalan Kebutuhan, pada proses ini dimulai saat konsumen menemukan adanya sebuah masalah atau kebutuhan. Masalah atau kebutuhan tersebut dapat timbul dikarenakan rangsangan dari dalam diri atau rangsangan dari luar.
- b. Pencarian Informasi, pada proses ini konsumen atau pembeli membutuhkan informasi lebih sebelum membeli produk yang ditawarkan. Konsumen bisa memperoleh berbagai informasi dari beberapa sumber, yaitu sumber yang berasal dari keluarga, teman, tetangga, iklan, media massa, dan sebagainya.
- c. Evaluasi Alternatif, dalam tahap evaluasi ini, konsumen memutuskan pembelian berdasarkan informasi untuk melihat serta mempertimbangkan merk lain dalam suatu pilihan. Konsumen atau pembeli akan melihat apakah produk yang sedang ditawarkan tersebut bisa memenuhi kebutuhannya, serta konsumen akan mencari berbagai manfaat dari solusi produk tersebut.
- d. Keputusan Pembelian, adalah suatu keputusan yang diambil oleh konsumen apakah konsumen akan membeli atau tidak produk tersebut.
- e. Perilaku *Pasca* Pembelian. Setelah membeli produk maka konsumen akan merasakan puas atau tidakpuas terhadap barang tersebut.

Maka tugas pemasar tidak selesai saat produk telah dibeli oleh konsumen, tetapi berlanjut pada *pasca* pembelian. Kepuasan pembeli ditentukan oleh perbandingan antara harapan konsumen terhadap barang tersebut dengan kinerja produk itu sendiri. Jika konsumen puas akan produk tersebut maka kemungkinan konsumen tersebut akan kembali membeli produk tersebut.¹²

C. Etika Bisnis Islam

1. Definisi Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani *ethos*, dalam bentuk kata tunggal kata tersebut memiliki banyak arti, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir, dalam bentuk jama' artinya merupakan adat kebiasaan.¹³ Sebagaimana Allah SWT berfirman:

قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِينُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ ۗ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ

Artinya: *Katakanlah: "jika bapa-bapa, anak-anak, saudara-saudara, isteri-isteri, kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatiri kerugiannya, dan tempat tinggal yang kamu sukai, adalah lebih kamu cintai dari Allah dan Rasul-Nya dan dari berjihad di jalan-Nya, maka tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan-Nya". Dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang fasik.*¹⁴

(Qs. At-Taubah Ayat 24)

¹²Harahap, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (Pajus) Medan," 232-233.

¹³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2017), 6.

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al Quran dan Terjemahannya* (Solo: Penerbit Abyan, 2014), 190

Berdasarkan ayat Al-Qur'an diatas dijelaskan bahwa Katakanlah, wahai rasul, jika bapak-bapakmu, anak-anakmu, saudara-saudaramu, istri-istrimu yang selalu mendampingimu, keluargamu yang selalu melindungimu, harta kekayaan yang kamu usahakan dengan susah payah, perdagangan yang kamu khawatirkan kerugiannya, dan rumah-rumah tempat tinggal yang ka-Mu sukai yang dibangun dengan biaya yang cukup besar, lebih kamu cintai daripada Allah dan rasul-Nya serta berjihad di jalan-Nya, maka tunggu-lah sampai Allah memberikan keputusan-Nya, dengan menurunkan hukuman-Nya yang tidak mungkin kamu elakkan. Padahal, hal itu merupakan sikap orang-orang fasik, karena keluar dari ketaatan kepada Allah dan rasul-Nya. Dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang fasik.¹⁵

Etika bisnis dapat diartikan sebagai pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas disini berarti aspek terpuji atau tercela, baik atau buruk, terpuji atau tercela, benar atau salah dari perilaku manusia, kemudian dalam etika bisnis Islam hal-hal diatas ditambah dengan halal dan haram.¹⁶ yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan yang selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan

¹⁵ Tafsir Ringkas Kementerian Agama RI, "*Surat At-Taubah ayat 24,*" dalam tafsirweb.com diakses pada 25 Februari 2023

¹⁶ Rahmat Hidayat and Muhammad Rifa'i, *Etika Manajemen Perspektif Islam* (Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia, 2018), 184.

membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam merupakan sejumlah perilaku etika bisnis (*akhlaq alislamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang baik adalah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya. Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Quran dan sunah rasul. Pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis dikemudian hari.

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut:

- a. Kesatuan (*Unity*) adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang sama, juga mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.¹⁷ Maka dari konsep diatas Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi dan sosial demi membentuk kesatuan.

¹⁷ Hidayat and Rifa'i, 186.

- b. Keseimbangan (equilibrium) dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.¹⁸ Allah SWT memerintahkan kepada seluruh hamba-Nya untuk berlaku adil dalam setiap perbuatan sebagaimana firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شِحَٰنٌ قَوْمٍ عَلَىٰ
 ءَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اِعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.*¹⁹

(Qs. Al-Maidah : 8)

- c. Kehendak bebas (Free Will). Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.
- d. Tanggung Jawab (Responsibility). Kebebasan tanpa batas merupakan hal yang mustahil dan demi memenuhi tuntutan keadilan serta persatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya.²⁰
- Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia

¹⁸ Hidayat and Rifa'i, 186.

¹⁹ Departemen Agama RI, *Al Quran dan Terjemahannya* (Solo: Penerbit Abyan, 2014), 108

²⁰ Munawir Nasir, *Etika Dan Komunikasi Dalam Bisnis* (Makassar: Social Politic Genius, 2020), 60.

menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukan.

- e. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran adalah niat, sikap, dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Penelitian lapangan (*field research*) ini dilakukan untuk mempelajari secara intensif tentang interaksi lingkungan, posisi, serta keadaan lapangan pada sebuah penelitian secara apa adanya. Subjek penelitian dapat berupa individu, masyarakat ataupun institusi.¹

Pada penelitian ini, peneliti datang langsung ke lapangan untuk mengetahui penetapan harga produk plavon wifon terhadap keputusan pembelian perspektif etika bisnis Islam di Toko Karya Abadi Sridadi Buay Madang OKU Timur.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif dirancang guna mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan nyata yang sedang berlangsung. Tujuan utama dari penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara sedang berlangsung saat penelitian dilakukan.

¹ Nursapiah Harahap, *Penelitian Kualitatif* (Medan: Wal ashri Publishing, 2020), 45.

Metode penelitian deskriptif kualitatif mencari teori bukan menguji teori. Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat, selanjutnya membuat kategori perilaku, mengamati gejala dan mencatatnya. Hasil dari kegiatan ini adalah data yang berbentuk kata-kata, tulisan atau lisan dari beberapa orang dan perilaku yang diamati.²

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwasannya penelitian yang akan dilakukan ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu menjelaskan dengan cara berinteraksi dengan berbagai orang yang dianggap cocok serta dapat memberikan informasi, dan peneliti akan menjabarkan dengan berupa kata-kata secara tertulis atau lisan dari pihak yang bisa diamati oleh seorang peneliti, yang bertujuan untuk memperoleh gambaran agar mudah dipahami oleh masyarakat luas.

B. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data yang digunakan dapat diperoleh dan mempunyai informasi yang jelas tentang bagaimana mengambil data tersebut dan bagaimana data tersebut dapat diolah. Untuk mengungkapkan pokok permasalahan, peneliti menggunakan dua sumber data yaitu:

² Elvinaro Ardianto, *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019), 60.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada peneliti atau pengumpul data.³ Data primer merupakan suatu data yang diambil dari sumber pertama pada lapangan penelitian.

Pada penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah satu orang pemilik Toko Karya Abadi, admin toko, dan 5 orang konsumen Toko Karya Abadi yang ditentukan dengan menggunakan teknik *snowball sampling*.

Snowball sampling merupakan teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlah sumber datanya sedikit, lama-lama menjadi besar. Hal ini karena dari jumlah yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari orang lain agar dapat digunakan sebagai sumber data.⁴ Dengan demikian maka jumlah sampel sumber data akan semakin menjadi besar, seperti bola salju yang menggelinding, maka lama-lama menjadi besar.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah beberapa sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti atau pengumpul data, misalkan melalui orang lain atau lewat beberapa dokumen yang dibutuhkan oleh pengumpul data atau peneliti.⁵ Sumber data sekunder yang peneliti

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2021), 296.

⁴ Sugiyono, 289.

⁵ Sugiyono, 296.

gunakan berasal dari buku manajemen pemasaran karya Agustina Shinta dan perilaku konsumen (Sikap Dan Pemasaran) karya Anang Firmansyah.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data adalah bagian penting pada sebuah penelitian, hal itu dikarenakan teknik pengumpulan data menentukan keberhasilan dalam suatu penelitian. Kesalahan pada penggunaan metode pengumpulan data ini akan mengakibatkan fatal terhadap hasil dari penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti.

Pada kegiatan penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif. Untuk pengumpulan beberapa data yang diperlukan dalam melakukan penelitian, peneliti akan menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Metode wawancara adalah pertemuan antara pewawancara dan narasumber untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab dengan cara bertatap muka, sehingga dapat dikonstruksikan arti dalam suatu topik penelitian tertentu. Dengan wawancara peneliti akan mengetahui informasi yang lebih dalam tentang narasumber dalam menafsirkan situasi serta kondisi yang terjadi dilapangan.⁶

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara semistruktur, yaitu sebuah wawancara yang dimana pada pelaksanaannya lebih bebas jika dibandingkan dengan metode wawancara terstruktur.

⁶ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 88.

Metode wawancara ini bertujuan untuk menemukan suatu permasalahan dengan lebih terbuka, yaitu dimana pada pelaksanaannya seorang narasumber dimintai pendapat dan ide-ide tentang pertanyaan seputar harga yang ditetapkan oleh toko karya abadi terhadap keputusan pembelian konsumen perspektif etika bisnis Islam.

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara kepada: Pemilik Toko Karya Abadi yaitu bapak Mulyani, karyawan toko, dan 5 orang konsumen toko Karya Abadi.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen atau informasi yang didokumentasikan, yaitu berupa dokumentasi tertulis ataupun terekam. Dokumentasi tertulis dapat berupa arsip, autobiografi, catatan harian, memorial, kumpulan surat pribadi, dan sebagainya. Dokumen yang dimaksudkan sebagai alat bukti tentang sesuatu.⁷

Data dokumentasi ini bermanfaat untuk peneliti, yaitu sebagai penunjang informasi dalam penelitian yang dilakukan. Dokumentasi yang diperlukan pada penelitian ini adalah berupa data yang terkumpul. Dokumentasi ini digunakan sebagai bukti kebenaran segala sesuatu yang berkaitan dengan penetapan harga produk plavon PVC di Toko Karya Abadi. Metode dokumentasi ini juga dilakukan untuk mendapatkan data yang belum diperoleh melalui metode wawancara.

⁷ Ibrahim, 93.

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi, triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Jika peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data.⁸

Triangulasi yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber, berarti peneliti menggunakan teknik yang sama dari sumber yang berbeda-beda untuk mendapatkan sebuah data, yaitu menggunakan teknik wawancara dengan beberapa narasumber.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, serta beberapa bahan lain, sehingga lebih mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁹

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 315.

⁹ Sugiyono, 319.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif. Dalam penelitian ini data kualitatif upaya yang dilakukan peneliti dengan mengorganisasikan data, memilah informasi menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan beberapa hal penting serta hal yang harus dipelajari dan juga memutuskan apa saja yang bisa diceritakan kepada orang lain.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode analisis data model miles and huberman. Yaitu terdiri dari:¹⁰

1. Data Collection/Pengumpulan Data

Pada penelitian kualitatif pengumpulan data dapat menggunakan berbagai cara yaitu wawancara dan dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan sehari-hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak. Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/obyek yang dieliti, semua yang dilihat dan didengar akan direkam. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi.

2. Data Reduction (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama penelitian ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang

¹⁰ Sugiyono, 321–29.

pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

3. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Jika dalam penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, *pie chart*, *pictogram* dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya.

4. Conclusion Drawing/Verification

Langkah ke empat dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Toko Karya Abadi

Toko Karya Abadi merupakan sebuah toko Plavon PVC yang terletak di Desa Sridadi, Kecamatan Buay Madang, Kabupaten OKU Timur. Hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak Mulyani selaku pemilik Toko Karya Abadi yaitu awal mulanya Toko ini berdiri pada Tahun 2017. Modal awal yang dikeluarkan bapak Mulyani sebesar Rp 100.000.000, untuk membeli produk plavon PVC. Bapak Mulyani menyatakan bahwa pada awalnya usaha ini masih menyewa ruko yang berada di Desa Sumber Agung, Kecamatan Buay Madang, Kabupaten OKU Timur, akan tetapi setahun setelahnya bapak Mulyani membangun ruko sendiri yang berada di sebelah rumahnya yaitu di Desa Sridadi, Kecamatan Buay Madang, Kabupaten OKU Timur. Setelah melihat perkembangan toko Karya Abadi semakin maju, maka Bapak Mulyani memutuskan untuk membuka cabang Toko Karya Abadi di Desa Sumber Agung, Kecamatan Buay Madang, Kabupaten OKU Timur.¹

Bapak Mulyani awal mulanya adalah seorang pembuat dan penjual resplang lalu beliau bertemu dengan salah satu konsumen yang ingin memasang plavon PVC akan tetapi konsumen tersebut mengeluh tentang jarak tempuh dari rumahnya ke toko yang menjual plavon tersebut, hal itulah yang membuat Bapak Mulyani mempunyai ide untuk membuka Toko Plavon Karya

¹ Mulyani, Wawancara dengan Pemilik Toko Karya Abadi, Juni 2023

Abadi ini. Karena awalnya belum ada Toko yang menjual plavon padahal sudah banyak yang minat untuk membeli plavon PVC.²

Produk Plavon yang dijual oleh Bapak Mulyani meliputi plavon premium 8mm, plavon wifon, dan plavon petra premium dari masing-masing plavon tersebut memiliki beberapa pilihan kualitas, yaitu plavon premium 8mm dengan kualitas rendah yang dijual dengan harga Rp 12.000, plavon wifon dengan kualitas sedang yang dijual dengan harga Rp 13.000, dan petra premium dengan kualitas tinggi yang dijual dengan harga Rp 17.000. presentase yang diambil oleh bapak Mulyani selaku pemilik toko Karya Abadi dari masing masing produk yaitu 20-30%. Promosi yang digunakan oleh bapak Mulyani adalah dengan cara mulut ke mulut, dan sosial media beberapa kali. Toko Karya Abadi menetapkan harga berdasarkan dengan biaya yang dikeluarkan seperti halnya transportasi, gaji karyawan, atau kenaikan bahan baku yang digunakan.³ Selain menjual papan plavon, toko Karya Abadi juga kelengkapan atau aksesoris plavon yaitu lis figura, lis putih, siku figura, sekrup, holo, ornamen, lampu LED, lampu selang, trafo, piting lampu, paku beton, lem, silikon, dan lampu gantung. Toko Karya Abadi beroperasi mulai pukul 07.30-17.00 WIB. Bapak Mulyani menjual produk tersebut karena produk tersebut selalu diminati oleh konsumen. motif yang diminati oleh konsumen sangat beragam, hal ini yang membuat bapak Mulyani menyediakan banyak motif agar konsumen dapat memilih mana yang akan

² Mulyani, Wawancara dengan Pemilik Toko Karya Abadi, Juni 2023

³ Mulyani, Wawancara Dengan Pemilik Toko Karya Abadi, Juni 2023

mereka beli, harga yang ditetapkan tidak termasuk dengan ongkos pemasangan plavon.⁴

Dalam menjalankan usahanya tersebut bapak Mulyani memiliki 6 orang karyawan yakni 4 karyawan laki-laki yang bekerja sebagai supir dan juga pengangkut barang dan 2 orang karyawan perempuan yang bekerja melayani konsumen atau sebagai admin yang terbagi menjadi dua tempat yaitu pada toko yang berada di desa Sridadi dan di toko yang berada di desa Sumber Agung. 6 karyawan bapak Mulyani berumur 21-35 tahun, yakni untuk karyawan yang memberikan pelayanan atau admin bernama Risa dan Diana. Sedangkan untuk karyawan yang bekerja menjadi supir dan pengangkut barang yaitu bernama Andre, Aldi, Fauzi, dan Mariono, karyawan toko Karya Abadi sudah bekerja selama 4 bulan sampai 1 tahun. Adapun kebijakan penetapan upah/gaji pada toko Karya Abadi yang peneliti dapatkan ketika melakukan wawancara yaitu untuk karyawan yang bekerja sebagai admin sebesar Rp 1.200.000 setiap bulannya, sedangkan untuk karyawan yang bekerja sebagai supir dan sekaligus pengangkut barang sebesar Rp 2.200.000, hal ini disesuaikan dengan beratnya pekerjaan yang dikerjakan oleh masing masing pekerja. Upah atau gaji yang diberikan oleh bapak Mulyani tersebut telah sesuai dengan kesepakatan antara pemilik toko Karya Abadi yaitu bapak Mulyani dan para karyawan toko, dan menurut para karyawan upah yang diberikan sudah sesuai dengan kerja yang mereka lakukan⁵

⁴ Risa Agista Hasdi, wawancara dengan Admin Toko Karya Abadi, Desember 2022

⁵ Mulyani, Wawancara dengan Pemilki Toko Karya Abadi, Juni 2023

B. Penetapan Harga Plavon PVC Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam

1. Metode Penetapan Harga Produk Toko Karya Abadi

Bapak Mulyani dalam menetapkan harga menggunakan beberapa metode penetapan harga yaitu:

a. Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Penetapan harga berbasis permintaan akan mempertimbangkan permintaan pasar. Harga akan ditetapkan sesuai dengan tingkat permintaannya. Sehingga suatu perusahaan perlu memahami dengan baik sampai dimana permintaan terhadap barang tersebut terbentuk. Metode penetapan harga berbasis permintaan tidak sesuai dengan kondisi yang ada pada lokasi penelitian hal ini dikarenakan harga produk plavon PVC yang dijual oleh toko Karya Abadi tidak berubah harga pada saat permintaan pasar meningkat. Bapak Mulyani dalam menetapkan harga produk mebel selain berdasarkan biaya produksi, transportasi, dan juga biaya upah karyawan.⁶

b. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Mark-up pricing, yaitu pedagang hanya menambahkan laba dari harga pabrik, hal ini dilakukan oleh pedagang perantara karena pedagang perantara tidak memiliki biaya produksi. Mark up yang ditetapkan oleh pedagang biasanya semakin besar jika pada produk tersebut semakin mendekati konsumen.

⁶ Mulyani, Wawancara dengan Pemilik Toko Karya Abadi, Juni 2023

Berdasarkan hasil wawancara kepada Mulyani selaku pemilik Toko Karya Abadi, Toko Karya Abadi menggunakan Metode penetapan harga *mark-up pricing*.

“disini menetapkan harga berdasarkan dengan harga pabrik ditambah dengan biaya transportasi, dan biaya gaji karyawan. Keuntungan yang diambil sebesar 20%-30%, dan setiap produk mempunyai presentase keuntungan yang berbeda tergantung harga dari pabrik”

Menurut Mulyani beliau menjelaskan bahwa metode penetapan harga yang digunakan adalah metode penetapan harga berbasis biaya yaitu mark up pricing, yaitu berdasarkan dengan harga pabrik ditambah dengan biaya transportasi, dan biaya gaji karyawan. Presentase keuntungan yang diinginkan adalah sebesar 20%-30%. Setiap produk memiliki presentase keuntungan yang berbeda tergantung dengan harga pabrik.⁷

c. Metode Penetapan Harga Berbasis Pasar

Metode penetapan harga berbasis pasar merupakan penetapan harga yang dimana suatu perusahaan mempertimbangkan keadaan pasar dalam menetapkan suatu harga pada produknya. Harga pasar yang disesuaikan (*adjusted current market price*). Metode penetapan harga *adjusted current market price* tidak sesuai dengan kondisi yang terjadi pada lokasi penelitian. Karena bapak Mulyani dalam menetapkan harga tidak melihat dari harga pasar atau harga yang ada

⁷ Mulyani, Wawancara dengan Pemilik Toko Karya Abadi, Juni 2023

pada pasar, harga produk plavon PVC yang ditetapkan bapak Mulyani lebih rendah dibanding dengan pesaing.⁸

d. Metode penetapan harga berbasis persaingan

Harga dapat bertahan pada pasar persaingan jika mempertahankan beberapa harga pesaingnya. Oleh karena itu, harga dapat ditentukan dibawah, diatas, atau sama dengan harga pesaingnya. Selain pada harga, strategi penetapan harga juga dapat berdasarkan pada persaingan non harga, yaitu misalnya meningkatkan penawaran pelayanan atau juga menggeser orientasi dari produk fisik ke jasa.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko Karya Abadi mengatakan dibawah,

“Harga yang ditetapkan lebih rendah dibandingkan dengan toko yang lain, selisih sekitar Rp 1.000-2.000 permeter”

Menurut Mulyani beliau menjelaskan bahwa harga yang ditetapkan oleh Toko Karya Abadi ini lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya. Selisih harga tersebut berkisar Rp 1.000-2.000 per meter.⁹

Dari metode-metode penetapan harga diatas dapat disimpulkan bahwasanya bapak Mulyani menetapkan harga produk plavon PVC berdasarkan kualitas yang akan diterima oleh konsumen, misalnya kualitas rendah harga juga rendah, dan sebaliknya jika kualitas produk tinggi maka harga juga tinggi, bapak Mulyani menetapkan harga Plavon PVC juga

⁸ Mulyani, Wawancara dengan Pemilik Toko Karya Abadi, Juni 2023

⁹ Mulyani, Wawancara Dengan Pemilik Toko Karya Abadi, Juni 2023

berdasarkan biaya transportasi dan gaji karyawan, selain itu juga harga produk Plavon PVC memiliki selisih dari pada pesaing lainnya.¹⁰

2. Tujuan Penetapan Harga Produk Toko Karya Abadi

Terdapat beberapa tujuan dalam menetapkan harga pada sebuah produk yaitu:

a. Tujuan Berorientasi Pada Laba

Setiap pedagang akan selalu menetapkan harga yang dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaannya hal ini disebut juga dengan istilah maksimisasi laba. Dalam hal ini bapak Mulyani dalam menetapkan harga sdah mempertimbangkan beberapa faktor misalnya harga dari pabrik, transportasi, serta gaji karyawan.

b. Tujuan Berorientasi Pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, pedagang juga dapat menetapkan harga bertujuan yang berorientasi pada volume. Hal ini diharapkan pedagang dapat mencapai pangsa pasar serta volume penjualan meningkat. Dalam hal ini bapak Mulyani selalu berusaha memberikan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang baik, mengganti atau memberikan garansi produk yang telah dibeli oleh konsumen mengalami kerusakan atau cacat sebelum dipasang, memberikan gratis ongkir pada konsumen yang berbelanja lebih dari Rp 10.000.000, serta memberikan kupon undian kepada konsumen yang telah mencapai target belanja yaitu, konsumen yang sudah

¹⁰ Mulyani, Wawancara Dengan Pemilik Toko Karya Abadi, Juni 2023

mencapai target belanja diatas Rp 10.000.000 juta maka mendapatkan satu kupon undian berhadiah kulkas, TV LED, mesin cuci, dan masih banyak hadiah lainnya, sedangkan konsumen yang sudah mencapai target belanja diatas Rp 100.000.000 maka mendapatkan satu kupon undian berhadiah satu unit motor, diundi satu tahun sekali atau lebih tepatnya pada tahun baru.

c. Tujuan Berorientasi Pada Citra

Pedagang dapat menetapkan harga tinggi yang bertujuan mempertahankan citra suatu produk, sedangkan harga rendah digunakan untuk membentuk citra nilai pada suatu produk. Pada hakikatnya penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen mengenai suatu produk yang ditawarkan. Dalam hal ini bapak Mulyani menetapkan harga sesuai dengan kualitas pada produk yang akan dibeli, harga pabrik ditambah dengan laba tertentu, gaji karyawan serta biaya transportasi. Apabila konsumen merasa bahwa harga produk plavon tinggi dan konsumen menawar dari harga yang sudah ditetapkan maka bapak Mulyani pun akan menurunkan harga dari harga semula hingga ditemukan harga yang pantas.

d. Tujuan Stabilitas Harga

Dalam menstabilkan harga biasanya sebuah pedagang akan menetapkan harga sesuai dengan pedagang saingannya. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga

suatu pedagang dengan harga pimpinan industri. Dalam hal ini bapak Mulyani menetapkan harga tidak melihat dari penetapan harga para pesaingnya. Bapak Mulyani menetapkan harga produknya berdasarkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Meskipun tidak melihat harga yang ditetapkan oleh para pesaingnya namun bapak Mulyani menetapkan harga masih sesuai dengan harga pasaran. Tinggi rendahnya suatu harga sesuai dengan permintaan dan keinginan dari produk dan kualitas yang diinginkan oleh konsumen.

3. Keputusan Pembelian Konsumen

Dengan berbagai macam harga, kualitas, dan lengkapnya aksesoris dapat menarik para konsumen untuk menyukai dan membeli produk plavon PVC bapak Mulyani, ditambah dengan terdapat undian hadiah setiap tahunnya, dan hasil dari beberapa narasumber yang peneliti jumpai pada lapangan peneliti adalah sebagai berikut:

Narasumber pertama yaitu bapak Agung Susilo beliau merupakan salah satu konsumen toko Karya Abadi beliau mengatakan:

“Alasan saya membeli produk plavon karna saya membutuhkannya, dan sekarang saya membelinya karena untuk dipasang dirumah saya. Alasan saya membeli produk plavon disini karena produk plavon disini harganya sesuai dengan kualitas, dan saudara saya ada yang pernah beli disini dan dia merekomendasikan ke saya, motif yang disediakan juga beragam jadi lebih enak untuk memilih yang pas dengan yang saya mau. Saya membeli ditoko ini sudah 3 kali, saya biasanya membeli produk plavon yaitu premium 8mm dan wifon, serta aksesoris plavon lainnya. Manfaat yang saya rasakan setelah membeli produk disini adalah produknya awet, anti air, motifnya tidak mudah pudar, dan menambah keindahan atap

tentunya. Pelayanan yang diberikan menurut saya sangat baik, sopan, dan saya puas membeli produk disini”.¹¹

Narasumber kedua yaitu bapak Hadi Sucipto beliau mengatakan:

“Alasan saya membeli produk plavon PVC karena saya membutuhkannya untuk dipasang dirumah dan produk plavon PVC sekarang mulai tenar, dan mudah dipasang. Alasan saya membeli produk plavon PVC disini karena pilihannya banyak, harganya relatif lebih murah dan ini adalah produk yang saya cari. Saya membeli produk disini sudah 4 kali, saya biasanya membeli produk wifon, premium 8mm, dan petra premium, serta aksesoris yang digunakan untuk plavon. Manfaat yang saya rasakan setelah membeli produk disini adalah produk yang saya beli awet, tahan lama, produk yang kualitas tinggi memiliki produk yang tebal dan motif lebih awet. Harga produk disini tidak ada masalah, karna dari mulai harga rendah sampai tinggi itu ada jadi tetap bisa membeli produknya dan kualitasnya sesuai dengan harga. Untuk pelayanannya saya rasa cukup puas”.¹²

Narasumber ketiga yaitu bapak Andre beliau mengatakan:

“Alasan saya membeli produk plavon PVC karena saya membutuhkan dan produk plavon PVC mudah dipasang. Alasan saya membeli produk plavon PVC disini karena saya disarankan oleh teman saya, katanya disini pilihan dan harganya bervariasi lebih lebih motifnya juga banyak. Saya membeli disini sudah 4 kali, saya sudah pernah membeli dari berbagai kualitas, yaitu premium 8mm, wifon, petra premium, dan aksesoris pelengkap untuk memasang. Manfaat yang saya rasakan adalah produknya awet, mudah dipasang, tidak mudah pecah, bahannya tebal tentunya sesuai dengan harga. Harga produk disini tidak masalah, karena sesuai dengan harga, untuk pelayanan saya sedikit ada kendala ya, karena pas saya membeli plavon waktu itu tidak langsung diantar, saya menunggu sedikit agak lama, jadi pemasangannya pun tertunda”.¹³

Narasumber keempat yaitu bapak Digra beliau mengatakan:

“Alasan saya membeli produk plavon PVC ya karena saya membutuhkannya. Alasan saya membeli produk disini karena dekat

¹¹ Agung Susilo, Wawancara dengan Konsumen Toko Karya Abadi, Juni 2023

¹² Hadi Sucipto, wawancara dengan Konsumen Toko Karya Abadi, Juni 2023

¹³ Andre, Wawancara dengan Konsumen Toko Karya Abadi, Juni 2023

*rumah dan produknya lengkap, pilihannya juga banyak, dan ini produk yang saya cari. saya membeli disini sudah 3 kali, produk yang saya beli beragam, yaitu wifon dan petra premium . Sejauh ini manfaat yang saya rasakan setelah membeli produk disini kualitas produknya bagus sesuai dengan harganya, motif dan bahan plavonnya bagus, anti air, tidak merambat api, bahannya tebal dan keras. Pelayanan disini juga cukup sopan dan ramah. Untuk harganya menurut saya sedikit agak mahal tapi saya melakukan tawar menawar dengan pemilik toko hingga dapat harga yang cocok, dan saya puas membeli produk plavon PVC disini”.*¹⁴

Narasumber kelima yaitu bapak Khoiri beliau mengatakan:

*“Alasan saya membeli produk plavon PVC karena saya membutuhkan plavon PVC. Alasan saya membeli produk disini karena ini adalah produk yang saya cari, produknya juga lengkap dan pilihan motif dan harganya bervariasi, saya membeli disini sudah 2 kali, dan produk yang saya beli adalah wifon dan petra premium. Sejauh ini manfaat yang saya dapat rasakan adalah motif dan ketahanan produk cukup bagus, anti air dan tidak merambat api, tidak mudah patah, bahan tebal dan keras. Pelayanan disini juga cukup baik, sopan dan ramah. Untuk harganya agak sedikit mahal tapi saya melakukan tawar menawar dengan pemilik toko hingga dapat harga yang cocok, dan saya merasa puas membeli produk plavon PVC disini”.*¹⁵

C. Analisis Penetapan Harga Plavon PVC Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam

Harga merupakan hal penting yang ada dalam suatu produk. karena dengan adanya harga suatu produk dapat bernilai dan dapat dilihat manfaat serta kualitasnya.

Seorang pedagang juga harus mampu menetapkan suatu harga sebuah produk yang dijual. Karena penetapan harga yang tepat akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli atau tidak produk tersebut.

¹⁴ Digra, Wawancara dengan Konsumen Toko Karya Abadi, Juni 2023

¹⁵ Khoiri, wawancara dengan Konsumen Toko Karya Abadi, Juni 2023

Berdasarkan hasil wawancara kepada bapak Mulyani selaku pemilik toko Karya Abadi penetapan harga produk plavon toko Karya Abadi berdasarkan atas beberapa biaya yang telah dikeluarkan misalnya biaya pembelian produk, kualitas produk, biaya transportasi, gaji karyawan dan penambahkan laba. Metode penetapan harga yang digunakan oleh bapak Mulyani adalah metode penetapan harga berbasis biaya dan metode penetapan harga berbasis persaingan. Harga produk yang ditawarkan oleh bapak Mulyani berkisar antara Rp 12.000 sampai dengan Rp 17.000.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan terdapat beberapa hal yang dipertimbangkan oleh konsumen memutuskan untuk membeli sebuah produk misalnya dari pengenalan kebutuhan dan pencarian informasi.

Beberapa konsumen toko Karya Abadi yang membeli produk plavon atas beberapa pertimbangan pengenalan kebutuhan dan informasi yaitu sebagai berikut:

1. Pengenalan kebutuhan, yaitu suatu proses yang timbul dalam benak konsumen sehingga ia menyadari adanya suatu kebutuhan yang harus dipenuhi. Dimana hal ini dipicu oleh suatu rangsangan baik rangsangan yang berasal dari dalam dirinya maupun dari luar. Dalam hal ini konsumen yang membeli produk plavon toko Karya Abadi menyadari bahwasanya mereka membutuhkan produk plavon untuk membantu memenuhi kebutuhannya. Contoh konsumen yang membeli produk plavon karena rangsangan dari dalam diri misalnya bapak Hadi Sucipto pada tahun 2021

membeli produk plavon dengan total belanja Rp 4.717.500, bapak Digra pada tahun 2023 membeli produk plavon dengan total belanja 20.043.000, bapak Khoiri pada tahun 2023 membeli produk plavon dengan total belanja Rp 13.387.000. bapak Hadi Sucipto membeli produk dikarenakan pilihannya banyak, harganya relatif lebih murah dan produk yang dicari, begitu juga dengan bapak digra dan bapak Khoiri. Serta terdapat beberapa konsumen lainnya seperti bapak Agung Susilo dan bapak Andre yang membeli produk plavon dikarenakan rangsangan dari luar yaitu ajakan dari keluarga maupun teman.

2. Pencarian Informasi, proses ini hampir sama dengan proses pengenalan kebutuhan. Hanya saja menurut proses ini dalam memutuskan pembelian suatu produk konsumen lebih membutuhkan informasi dari pihak luar misalnya keluarga, teman, ataupun tetangga. Hal ini juga dialami oleh beberapa konsumen toko Karya Abadi, mereka membeli produk plavon berdasarkan hasil pertimbangan informasi yang mereka dapatkan mengenai produk plavon yaitu misalnya keluarga, teman, ataupun tetangga. Seperti bapak Agung Susilo dan bapak Andre yang membeli produk plavon karena pengaruh dari teman dan keluarga. Bapak Agung Susilo membeli produk plavon toko Karya Abadi pada tahun 2023 yaitu dengan total belanja Rp 6.248.000. sedangkan bapak Andre membeli produk plavon dengan total belanja Rp 23.913.000.

Berdasarkan hasil wawancara kepada bapak Agung Susilo, bapak Hadi Sucipto, bapak Andre, bapak Digra, bapak Khoiri yang merupakan konsumen

toko Karya Abadi mereka merasa puas setelah membeli produk plavon toko Karya Abadi. Hal ini dikarenakan produk plavon yang dijual oleh toko Karya abadi memiliki kualitas yang sesuai dengan harga yang ditetapkan, produknya awet, tidak merambat api, anti air, dan motif yang awet. Selain itu untuk konsumen seperti bapak Digra dan bapak Khoiri yang merasa harga sedikit mahal dari harga yang sudah ditetapkan oleh toko Karya Abadi, konsumen dapat melakukan tawar menawar sehingga bapak digra dan bapak khoiri mendapatkan harga yang cocok. Selain itu konsumen merasa puas dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh toko Karya Abadi cukup baik, sehingga kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tersebut membuat konsumen kembali membeli produk plavon toko Karya Abadi lebih dari satu kali.

Keputusan pembelian konsumen tidak selalu berfokus kepada harga saja, melainkan juga beberapa elemen lainnya juga sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen misalnya saja kualitas produk, kelengkapan variasi yang ditawarkan, serta pelayanan yang diberikan oleh pemilik maupun karyawan toko Karya Abadi itu sendiri.

Etika bisnis Islam menuntut dan mengarahkan kaum muslimin untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang dibolehkan dan dilarang oleh Allah SWT termasuk dalam melaksanakan aktivitas ekonomi. Etika bisnis Islam harus dipahami secara benar sehingga dengan etika yang benar tidak akan merasa dirugikan dan mungkin masyarakat dapat menerima manfaat yang banyak dari kegiatan jual dan beli yang dilakukan. Prinsip-prinsip dasar

etika bisnis Islam ada 5 (lima) yaitu kesatuan (unity), keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (Free Will), tanggungjawab (Responsibility), dan kebenaran: kebijakan dan kejujuran.

Kesatuan merupakan hubungan secara vertikal maupun horizontal dalam menjalankan segala aktifitas bisnis. Hubungan secara vertikal adalah hubungan antara manusia dengan Allah SWT, sedangkan hubungan secara horizontal adalah hubungan antara sesama manusia. Dalam menjalankan usahanya, toko Karya Abadi menjalankan usaha untuk mendapatkan ridho Allah SWT yaitu dengan memberikan jam istirahat untuk karyawan pada saat memasuki waktu sholat. Karyawan diberikan waktu untuk istirahat sholat dan makan tepat waktu. Selain itu toko Karya Abadi juga memperkerjakan karyawan untuk membantu kegiatan usaha. Dengan begitu toko Karya abadi memberikan pekerjaan untuk masyarakat sekitar.

Konsep keseimbangan yaitu keadilan. Keadilan dalam ekonomi adalah Islam mengharuskan setiap orang untuk mendapatkan haknyadan tidak boleh merugikan orang lain. Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil. Toko Karya abadi selalu menjual barang dagangannya dengan kualitas yang sesuai dengan harga jualnya dengan harapan tidak ada yang dirugikan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan konsumen, beliau mengatakan bahwa kualitas dengan harga sesuai, kualitas produk awet, tahan air, dan tidak merambat api. Konsumen merasa puas karena produknya bagus dan harganya sesuai.

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam. Yang dimaksud dengan kebebasan adalah kebebasan yang bertanggungjawab dan tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar, dalam hal ini manusia diperbolehkan melakukan segala hal yang diinginkan selama tidak melanggar syariat termasuk berbisnis. Dalam membeli produk, toko Karya Abadi memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih motif produk plavon, kualitas yang diinginkan dan tentunya disesuaikan dengan harga produk tersebut. Sehingga dalam hal ini toko Karya Abadi juga tidak dirugikan.

Tanggung jawab yaitu mengenai apa yang dilakukan oleh manusia harus ada pertanggungjawabannya. Dalam menjalankan bisnis harus ada aturan yang dipatuhi baik dari pelaku bisnis maupun konsumen. Kesediaan pelaku bisnis untuk bertanggungjawab atas dan mempertanggungjawabkan tindakannya itu harus dilaksanakan. Toko Karya Abadi dalam bekerja menerapkan sistem tanggungjawab, yaitu apabila konsumen membeli produk plavon maka ada karyawan yang akan langsung mengantarkan produk sampai dirumah. Namun dari hasil wawancara dengan bapak Andre selaku konsumen beliau mengatakan bahwa bapak Andre memiliki sedikit kendala yaitu pada pengiriman barang terdapat keterlambatan, hal ini membuat pemasangan plavon juga terhambat, hal ini dikarenakan pada saat itu banyak konsumen yang berbelanja.

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan

kejujuran. Seorang pelaku bisnis juga harus memiliki sifat jujur, agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana seperti menjelaskan keterangan yang ada pada barang dagangannya kepada konsumen serta tidak memanipulasi barang dari segi kualitas dan kuantitasnya. Toko Karya Abadi menjual produk plavon sesuai dengan harga jualnya dengan harapan tidak ada yang dirugikan antara penjual dan pembeli, sebelum melakukan transaksi toko Karya Abadi menjelaskan keterangan pada setiap produk yang memiliki harga dan kualitas yang berbeda, hal ini menyebabkan konsumen memiliki perbandingan untuk menentukan kebutuhan yang mereka inginkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan skripsi ini, maka dapat disimpulkan bahwa penetapan harga produk plavon tidak mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Karena konsumen membeli produk plavon tersebut karena mereka memang membutuhkan produk plavon tersebut dan tidak memperlmasalahkan mengenai penetapan harga produk yang digunakan. Metode yang digunakan yakni penetapan harga biaya yaitu *mark-up pricing* dan penetapan harga berbasis persaingan. Dalam menetapkan harga bapak Mulyani telah mempertimbangkan dari biaya yang telah dikeluarkan yaitu biaya transportasi, gaji karyawan, melihat kualitas barang, serta penambahan presentase keuntungan, dan melihat harga pesaingnya.

Dalam penerapan etika bisnis Islam dengan menggunakan prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebenaran. Toko Karya Abadi belum sepenuhnya menerapkan pada usahanya. Yang sudah diterapkan pada usahanya yaitu prinsip kesatuan, kehendak bebas, keseimbangan dan kebenaran. Sedangkan untuk prinsip tanggungjawab belum sepenuhnya diterapkan. Hal ini terlihat masih ada beberapa hal yang dikhawatirkan melanggar etika bisnis Islam seperti terlambatnya karyawan untuk mengantarkan produk untuk konsumen.

B. Saran

Berdasarkan dari uraian diatas, maka saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti adalah:

1. Untuk akademisi, peneliti ini diharapkan dapat dilanjutlan oleh peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang lebih kompleks sehingga daoat lebih optimal dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan luas khususnya tentang penetapan harga produk plavon wifon terhadap keputusan pembelian konsumen perspektid etika bisnis Islam.
2. Untuk pemilik toko Karya Abadi agar tetap mempertahankan kualitas produk, harga produk, produk yang bervariasi, serta dapat meningkatkan pelayanan yang lebih baik lagi, dan bisa menambah karyawan agar tidak ada keterlambatan pengiriman barang. Selain itu diharapkan pemilik dari toko Karya Abadi yakni bapak Mulyani dapat memberikan informasi yang lebih luas kepada masyarakat terutama kepada ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Anisah Luthpi, Dedek Kustiawati, Ghaida Alya Nuha, and Nanda Ajijah. "Konsep Keseimbangan Ekonomi Terhadap Mekanisme Pasar Dan Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)* 4, no. 6 (November 13, 2022): 3309–16. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i6.8734>.
- Ardiansyah, Erwin, Ulfiani Asdiansyuri, and Putri Reno Kemala Sari. "Analisis Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Mozart Plavon PVC Sweta." *Jurnal Of Applied Business and Banking (JABB)* 4, no. 1 (2023): 49–58.
- Ardianto, Elvinaro. *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019.
- Astuti, and Muhajirin. "Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Foodbox." *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 15, no. 2 (2022): 492–98.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Malang: UIN Malang Press, 2017.
- Fahmi, Irham. *Perilaku Konsumen Teori Dan Aplikasi*. Bandung: ALFABETA, 2016.
- Firmansyah, Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Halim, Fitria, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Marisi Butarbutar Efendi, Andriansan Sudarso, and Purba Bonaraja. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.

- Handayani, Tati, and Muhammad Anwar Fatoni. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Jogja: Deepublish, 2019.
- Harahap, Dedy. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (Pajus) Medan." *Jurnal Keuangan & Bisnis* 7 (November 1, 2015): 227–42. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/KGXDM>.
- Harahap, Nursapiah. *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal ashri Publishing, 2020.
- Hertina, Dede, and Robby Hekmatyar. "Pengaruh Penetapan Harga Dan Penjualan Terhadap Kuantitas Produk Pada Saat Pandemi Covid 19." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 1 (2022): 66–73.
- Hidayat, Rahmat, and Muhammad Rifa'i. *Etika Manajemen Perspektif Islam*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia, 2018.
- Ibrahim. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Nasir, Munawir. *Etika Dan Komunikasi Dalam Bisnis*. Makassar: Social Politic Genius, 2020.
- Purwanto, Eko. *Pengantar Bisnis Era Revolusi Industri 4.0*. Banyumas: Sasanti Institute, 2020.
- Ritonga, Husni Muharram, Miftah El Fikri, Nurafrina Siregar, Roro Rian Agustin, and Rahmat Hidayat. *Manajemen Pemasaran Konsep Dan Strategi*. Medan: Manhaji, 2018.
- Rosida. "Target Pasar Dan Strategi Memposisikan Produk Teh Di Pasar Global." *Media LIT Bank Sulteng* 4, no. 2 (n.d.).
- Saparso. *Marketing Process*. Jakarta: Ukrida Press, 2019.

Satriadi, Wanawir, Eka Hendrayani, Leonita Siwiyanti, and Nursaidah. *Manajemen Pemasaran*. DI Yogyakarta: Samudra Biru, 2021.

Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press, 2011.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2021.

Tania, Arrahma Elian, Haris Hermawan, and Ahmad Izzuddin. "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen." *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik* 9, no. 1 (February 26, 2022): 75–84. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



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

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

Nomor : B-1116/In.28.1/J/TL.00/04/2023
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Aulia Ranny Priyatna (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **NOVITA RISMA AYU**
NPM : 1903010050
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : ANALISIS PENETAPAN HARGA PLAVON WIFON PVC
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Study Kasus Pada Toko Karya
Abadi di Sridadi OKU Timur)

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 12 April 2023
Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana
NIP 198906022020121011

OUTLINE

ANALISIS PENETAPAN HARGA PLAVON WIFON PVC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINALITAS PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Penetapan Harga
 - 1. Definisi Penetapan Harga
 - 2. Metode Penetapan Harga

3. Tujuan Penetapan Harga
 4. Tahap-Tahap Penetapan Harga
- B. Keputusan Pembelian Konsumen
1. Definisi Keputusan Pembelian Konsumen
 2. Proses Keputusan Pembelian Konsumen
- C. Etika Bisnis Islam
1. Definisi Etika Bisnis Islam
 2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
- B. Penetapan Harga Plavon Wifon PVC Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam.
- C. Analisis Penetapan Harga Plavon Wifon PVC Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

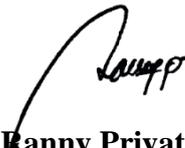
B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HDIUP

Mengetahui,
Pembimbing Skripsi



Aulia Ranny Priyatna, M.E.,Sy
NIDN. 198406162012

Metro, 9 Mei 2023
Peneliti,

Novita Risma Ayu
NPM. 1903010050

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

ANALISIS PENETAPAN HARGA PLAVON WIFON PVC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

A. WAWANCARA

1. Daftar Wawancara Pemilik Toko Karya Abadi

- a. Bagaimana sejarah awal dari Toko Karya Abadi?
- b. Berapakah modal awal yang bapak keluarkan untuk usaha ini?
- c. Bagaimana kualitas produk dari setiap harga yang ditetapkan?
- d. Bagaimana Bapak Mulyani menetapkan tinggi rendahnya suatu harga produk plavon PVC?
- e. Apakah Bapak Mulyani melakukan promosi terhadap produk plavon PVC? Dan Bagaimana cara Bapak Mulyani mempromosikan produk-produk plavon pvc tersebut?
- f. Apakah di Toko Karya Abadi memiliki produk plavon PVC yang harga jualnya paling tinggi?
- g. Apakah yang menyebabkan produk plavon PVC tersebut memiliki harga jual paling tinggi?
- h. Apakah alasan Toko Karya Abadi menjual produk tersebut?
- i. Apakah sering konsumen mencari jenis produk dengan tipe tersebut?
- j. Apakah Toko Karya Abadi menetapkan harga sesuai dengan manfaat yang akan dirasakan oleh konsumen?

- k. Apakah ada persentase yang diambil oleh toko karya Abadi dalam menetapkan harga setiap produk plavon PVC?
- l. Bagaimana toko Karya Abadi menetapkan sebuah mark up dan presentase keuntungan pada produk plavon PVC?
- m. Berapakah presentase yang diinginkan oleh toko Karya Abadi?
- n. Apakah bapak paham dengan etika bisnis Islam?
- o. Apakah kegiatan bisnis anda sudah menerapkan etika bisnis Islam?

2. Daftar Wawancara dengan Karyawan Toko Karya Abadi

- a. Sudah berapa lama anda bekerja di Toko Karya Abadi?
- b. Berapakah harga produk plavon PVC yang ditetapkan oleh toko Karya Abadi?
- c. Apakah ada penawaran dari harga yang telah ditetapkan?
- d. Bagaimana cara Toko Karya Abadi menentukan harga produk plavon PVC yang akan dijual?
- e. Pelayanan seperti apakah yang anda berikan agar konsumen tertarik untuk membeli produk?

3. Daftar Wawancara dengan Konsumen Toko Karya Abadi

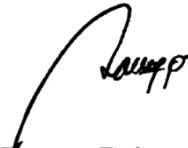
- a. Siapa nama Bapak/Ibu?
- b. Apa alasan anda membeli produk plavon PVC?
- c. Mengapa anda membeli produk plavon PVC di Toko Karya Abadi?

- d. Sudah berapa kali anda membeli produk plavon PVC Toko Karya Abadi? Dan produk plavon PVC apa saja yang sudah anda beli?
- e. Apakah produk toko Karya Abadi dapat memberikan manfaat kepada anda? Jika iya, manfaat apa saja yang anda dapatkan dengan membeli produk Toko Karya Abadi?
- f. Bagaimana pendapat anda tentang harga produk Plavon PVC di Toko Karya Abadi?
- g. Pelayanan seperti apa yang anda dapatkan dari Toko Karya Abadi? Lalu apakah anda merasa puas dengan pelayanan tersebut?
- h. Apakah anda merasa puas terhadap produk plavon PVC di Toko Karya Abadi?

B. DOKUMENTASI

1. Profil Toko Karya Abadi
2. Foto-foto gambaran produk Plavon PVC

Mengetahui,
Pembimbing Skripsi



Aulia Ranny Priyatna, M.E.,Sy
NIDN. 198406162012

Metro, 9 Mei 2023
Peneliti,

Novita Risma Ayu
1903010050



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

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

Nomor : B-1739/In.28/D.1/TL.00/05/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PEMILIK TOKO KARYA ABADI
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1740/In.28/D.1/TL.01/05/2023, tanggal 31 Mei 2023 atas nama saudara:

Nama : **NOVITA RISMA AYU**
NPM : 1903010050
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di TOKO KARYA ABADI, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS PENETAPAN HARGA PLAVON WIFIN PVC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY KASUS PADA TOKO KARYA ABADI DI SRIDADI OKI TIMUR)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 31 Mei 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



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

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

SURAT TUGAS

Nomor: B-1740/In.28/D.1/TL.01/05/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **NOVITA RISMA AYU**
NPM : 1903010050
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : **Ekonomi Syariah**

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di TOKO KARYA ABADI, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS PENETAPAN HARGA PLAVON WIFIN PVC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY KASUS PADA TOKO KARYA ABADI DI SRIDADI OKI TIMUR)".
 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 : 31 Mei 2023

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001

SURAT BALASAN

Nomor : -
Lampiran : -
Perihal : *Balasan Research*

Kepada Yth.
Wakil Dekan

Di_
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

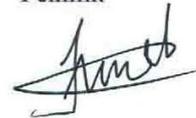
Menanggapi surat *Izin Research* yang dikeluarkan oleh Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk melaksanakan *Research*. Maka dengan ini kami berkenan memberikan izin kepada mahasiswa yang bersangkutan berikut ini :

Nama : NOVITA RISMA AYU
NPM : 1903010050
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : ANALISIS PENETAPAN HARGA PLAVON WIFON PVC
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM (Study Kasus Pada Toko Karya Abadi di Sridadi
OKU Timur)

Demikian surat ini kami sampaikan, agar digunakan sebagai mana mestinya.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb

Sridadi, Mei 2023
Hormat Kami,
Pemilik



MULYANI



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

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-793/In.28/S/U.1/OT.01/06/2023**

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

Nama : NOVITA RISMA AYU
NPM : 1903010050
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1903010050

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 13 Juni 2023
Kepala Perpustakaan



[Handwritten Signature]
Dr. Asad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Novita Risma Ayu
NPM : 1903010050
Jurusan : Ekonomi Syariah

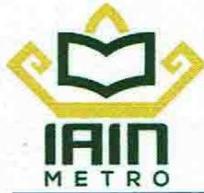
Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Analisis Penetapan Harga Plavon Wifon PVC Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam (Study Kasus Pada Toko Karya Abadi di Sridadi OKU Timur)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 21%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 20 Juni 2023
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP.198906022020121011



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Novita Risma Ayu
NPM : 1903010050

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
Semester / T A : VIII / 2023

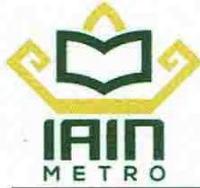
No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	13. Februari 2023	<ul style="list-style-type: none">• Sistematisasikan paragraf di LBM• Perbaiki penulisan huruf kapital• Manfaat penelitian bedakan secara teoritis dan praktis• Perbaiki penulisan footnote• LBM difokuskan	
2.	15 Februari 2023	<ul style="list-style-type: none">• Tambahkan teori Etika bisnis Islam sebagai pisau analisis• Perbaiki penulisan daftar pustaka	
3.	20 Februari 2023	<ul style="list-style-type: none">• Data prasurvey diberi footnote• Penelitian relevan dinarasikan, perbedakan dan persamaannya apa.• Di LBM belum ada data awal	
4.	29 Februari 2023	<ul style="list-style-type: none">• Jenis penelitian tunjukkan lokasi penelitiannya dimana• Tentukan Teknik sampling• Teknik wawancara pilih 1 saja	

Dosen Pembimbing,

Aulia Ranny Priyatna, M.E.,Sy
NIDN. 198406162012

Mahasiswa Ybs,

Novita Risma Ayu
NPM. 1903010050



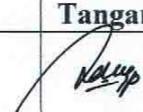
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Novita Risma Ayu
NPM : 1903010050

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
5.	24 Februari 2023	Ace untuk diseminarkan	

Dosen Pembimbing,


Aulia Ranny Privatna, M.E.,Sy
NIDN. 198406162012

Mahasiswa Ybs,


Novita Risma Ayu
NPM. 1903010050



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Novita Risma Ayu
NPM : 1903010050

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 08 Mei 2023	Daftar riwayat hidup letakkan Setelah lampiran Bab IV poin B membahas penetapan harga poin C Analisis penetapan harga Perbaiki spasi dan margin	
	Kamis 11 Mei 2023	Aec Outline	
	Jum'at 12 Mei 2023	Perbaiki Redaksi kalimat hal.3 perbaiki penulisan footnote	

Dosen Pembimbing,

Aulia Ranny Priyatna, M.E.,Sy
NIDN. 198406162012

Mahasiswa Ybs,

Novita Risma Ayu
NPM. 1903010050



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Novita Risma Ayu
NPM : 1903010050

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
Semester / T A : VIII / 2023

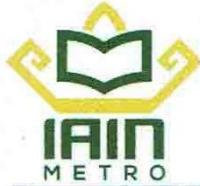
No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 15 Mei 2023	AEC Bab 1,2 dan 3	
	Kamis 22 Mei 2023	tambahkan pertanyaan wawancara dengan karyawan Dokumentasi sertakan	
	Senin 29 Mei 2023	AEC APD	

Dosen Pembimbing,

Aulia Ranny Priyatna, M.E.,Sy
NIDN. 198406162012

Mahasiswa Ybs,

Novita Risma Ayu
NPM. 1903010050



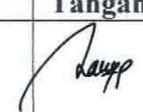
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

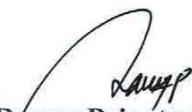
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Novita Risma Ayu
NPM : 1903010050

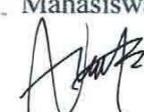
Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
Semester / T A : VIII / 2023

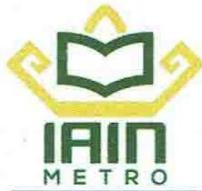
No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 12 Juni 2023	<ul style="list-style-type: none">o) sinkronisasi dengan APD Hasil wawancarao) Sebutkan nama barang dan hargao) Data wawancara belum tercover di APDo) jumlah keuntungan presentase setiap produk berapao) Motif barang sama atau bedao) ongkos pasang include atau pisaho) promosinya bagaimana,o) Nota - Nota dilampirkan	
	Kamis 15 Juni 2023	<p>lengkapi skripsi</p> <ul style="list-style-type: none">o) Abstrako) kata pengantaro) Perencanaan, orisinalitaso) Mottoo) lampiran - lampiran	

Dosen Pembimbing,


Aulia Ranny Priyatna, M.E., Sy
NIDN. 198406162012

Mahasiswa Ybs,


Novita Risma Ayu
NPM. 1903010050



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

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

Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

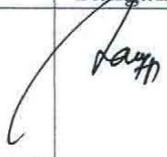
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Novita Risma Ayu

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 1903010050

Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at 16 Juni 2023	o) Perbaiki Daftar Isi o) Perbaiki Abstrak o) Orisinalitas belum dilampirkan o) Kata pengantar bubuhkan HoD peneliti o) Perbaiki penulisan footnote o) Perbaiki daftar pustaka	
	Senin 19 Juni 2023	Acc Bab 4 dan 5 siap untuk diumumkan	

Dosen Pembimbing,



Aulia Ranny Priyatna, M.E.,Sy
NIDN. 198406162012

Mahasiswa Ybs,



Novita Risma Ayu
NPM. 1903010050

FOTO DOKUMENTASI

Foto lokasi toko karya abadi



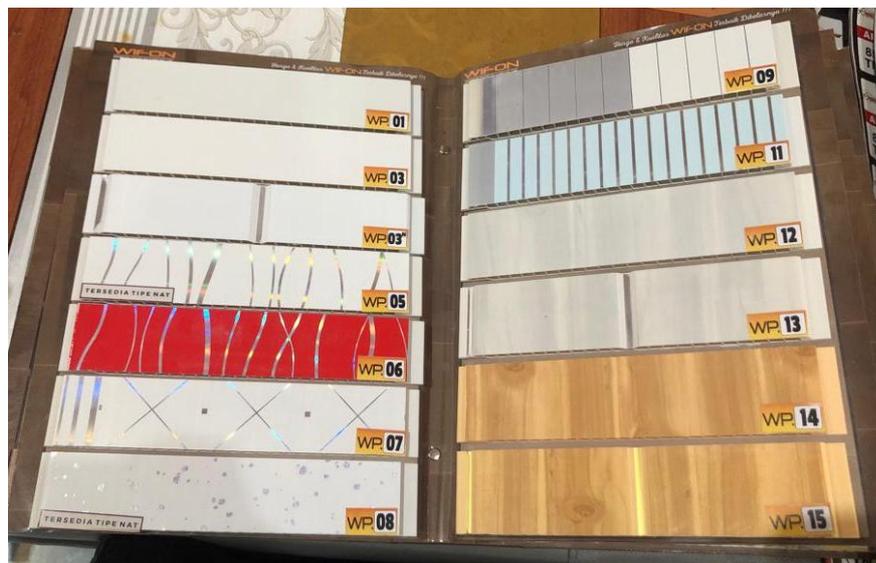
Deskripsi Produk Plavon PVC Toko Karya Abadi



Jenis Produk : Papan Plavon PVC Kualitas Tinggi

Ukuran Produk : 4m, 5m, 6m

Harga Produk : Rp 17.000.



Jenis Produk : Papan Plavon PVC Kualitas Sedang

Ukuran Produk : 4m, 5m, 6m

Harga Produk : Rp 15.000/m



Jenis Produk : Papan Plavon PVC Kualitas Rendah

Ukuran Produk : 4m, 5m, 6m

Harga Produk : Rp 13.000.

Hasil Wawancara Peneliti



Wawancara Dengan Pemilik Toko Karya Abadi



Wawancara dengan Karyawan Toko Karya Abadi



Wawancara dengan Bapak Agung Susilo (Konsumen Toko Karya Abadi)



Wawancara dengan Bapak Hadi Sucipto (Konsumen Toko Karya Abadi)



Wawancara dengan Bapak Andre (Konsumen Toko Karya Abadi)



Wawancara dengan Bapak Digra (Konsumen Toko Karya Abadi)



Wawancara dengan Bapak Khoiri (Konsumen Toko Karya Abadi)



Foto Bersama Pemilik Dan Karyawan



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap peneliti, Novita Risma Ayu. Dilahirkan di Desa sumber Agung kecamatan Buay Madang Kabupaten OKU Timur, pada tanggal 7 Oktober 2001. Peneliti merupakan anak kedua dari 3 bersaudara dari pasangan bapak Hadi Sucipto dan ibu

Yusmawita. Berikut ini riwayat pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti:

1. SDN Sridadi, lulus pada tahun 2013
2. SMPN 1 Buay Madang Timur, lulus pada tahun 2016
3. SMKN 1 Buay Bahuga, lulus pada tahun 2019

Kemudian pada tahun 2019 peneliti melanjutkan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah. Pada masa akhir studi, peneliti mempersembahkan skripsi yang berjudul **“Penetapan Harga Produk Mebel Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Karya Abadi Di Sridadi OKU Timur).**