

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Sejarah UD. Aulia Jaya

UD. Aulia Jaya merupakan sebuah toko yang bergerak di bidang penjualan material bangunan & elektronik. UD. Aulia Jaya di dirikan pada tahun 2011 oleh Bapak Abdul Jamil. Beliau memilih menjual material bangunan & elektronik dikarenakan hasil pengalaman beliau yang bekerja di toko bangunan milik kakaknya yang ada di Sampang. Bapak Abdul Jamil bekerja sebagai karyawan toko bangunan di sampang kurang lebih selama 16 tahun. Hingga pada akhirnya, beliau memutuskan untuk mendirikan toko bangunan sendiri.

Modal awal dari pendirian toko tersebut, Bapak Abdul Jamil mengambil pinjaman di bank dengan jaminan sertifikat mobil yang dimilikinya. Beliau memilih lokasi yang mudah di jangkau oleh masyarakat, namun untuk tanah yang ditempati tersebut masih mengontrak. Barang-barang yang dijual pada masa itu hanyalah sedikit seperti: semen, kayu, paku, dan beberapa alat elektronik.

Jumlah karyawan di toko ini hanya 3 orang saja. Seiring berjalannya waktu, UD. Aulia Jaya mengalami perkembangan yang baik. Sehingga pada tahun 2016, Bapak Abdul Jamil memilih untuk membeli tanah dan memindahkan tokonya tersebut ke tempatnya sendiri. Adapun lokasi tanah yang di belinya tersebut tidak jauh dari lokasi yang awal dan juga tempatnya lebih strategis. Selain itu, Bapak Abdul Jamil juga memperluas usahanya, yaitu dengan memproduksi pilar beton dan cor dak beton (material penyusun pembatas rumah menggunakan material beton cor

bisa berupa pengecoran manual). Untuk usaha barunya ini, Bapak Abdul Jamil menambah beberapa karyawan di tokonya, sehingga jumlah karyawan yang ada di toko ini menjadi 9 orang.

Berikut struktur UD. Aulia Jaya

No	Nama	Jabatan
1	Abdul Jamil	Pemilik UD. Aulia Jaya
2	Umam	Karyawan
3	Abd. Salam	Karyawan
4	Moh. Subaidi	Karyawan
5	Moh. Romli	Karyawan
6	Anam	Karyawan
7	Sukriyadi	Karyawan
8	Holili	Karyawan
9	Abd. Ghafur	Karyawan
10	Ach. Basori	Karyawan

2. Strategi Penetapan Harga Material Bangunan & Elektronik Pada UD. Aulia Jaya

Strategi penetapan harga adalah tahapan yang sangat penting yang dilakukan oleh UD. Aulia Jaya sebelum melakukan penjualan kepada konsumen. Karena penetapan harga akan berdampak pada volume penjualan di masa yang akan datang. Proses penetapan harga sendiri dilakukan setelah proses sebelumnya terlaksana

seperti berbelanja bahan-bahan, stok barang, dan mengecek total biaya produksi yang dihabiskan setelah itu barulah menetapkan harga jual dengan menggunakan beberapa metode.

Untuk mengetahui bagaimana strategi penetapan harga material bangunan & elektronik pada UD. Aulia Jaya, maka peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi kepada pemilik UD. Aulia Jaya serta karyawan dan juga beberapa konsumen UD. Aulia Jaya sebagai objek penelitian ini. Dari informasi yang didapatkan oleh peneliti, strategi penetapan harga material bangunan & elektronik pada UD. Aulia Jaya menggunakan strategi dengan cara melihat produk yang dijualnya. Jika produk tersebut di beli dari pabrik maka strategi yang digunakan yaitu dengan cara melihat harga beli yang kemudian ditambah dengan keuntungan (laba) yang diinginkan. Namun, ada beberapa produk yang harga jualnya masih mengikuti harga pesaing yaitu dengan menerapkan harga rata-rata dari produk sejenis. . Sedangkan untuk produk yang diproduksi sendiri oleh UD. Aulia Jaya maka strategi yang digunakan yaitu dengan cara melihat seluruh biaya total ditambah dengan keuntungan yang diinginkan. Sebagaimana pernyataan Bapak Abdul Jamil berikut:

“Untuk sistem penetapan harga material bangunan & elektronik saya menggunakan strategi yang berbeda-beda, karena ada beberapa material bangunan yang saya buat sendiri dan ada juga yang dibeli dari pabrik. Untuk menetapkan harga produk yang saya buat sendiri, saya masih menghitung berapa besar biaya yang dihabiskan (baik dari segi bahan, gaji karyawan, dan lain sebagainya) kemudian ditambah dengan keuntungan yang saya harapkan. Untuk menetapkan harga produk yang dibeli dari pabrik, saya menghitung total pembelian kemudian saya mengambil sedikit keuntungan dari produk tersebut. Meskipun saya membeli produk dari pabrik, ada

beberapa produk yang memang harganya mengikuti harga pesaing misalnya harga semen, cat, asbes.”¹

Selain pernyataan diatas, berikut pernyataan dari karyawan dan konsumen terhadap penetapan harga yang dilakukan oleh UD. Aulia Jaya.

“Menurut Umam: untuk penetapan harga di toko ini semuanya ditentukan oleh pemilik. Saya hanya melayani jika ada konsumen yang berbelanja di toko ini. Harganya sudah disiapkan oleh pemilik, beliau menyiapkan daftar harga untuk semua jenis produk. Jika ada produk yang tidak ada di daftar tersebut, maka saya langsung menanyakan kepada pemilik toko ini. Dan, jika ada konsumen yang berbelanja dengan jumlah yang banyak, biasanya dilayani sendiri oleh pemilik. Saya tidak berani melayani karena biasanya konsumen meminta potongan harga sedangkan saya tidak berhak untuk memberikan hal itu, maka dari itu saya menyuruh konsumen untuk menawar langsung kepada pemilik toko ini”.²

Menurut Bapak Maksi: harga material bangunan di UD. Aulia Jaya hampir sama dengan harga di toko lain, saya pernah kekurangan bahan bangunan (semen) dan pada saat itu saya membeli di toko yang berbeda dan harganya sama dengan harga yang saya beli di UD. Aulia Jaya”.³

“Menurut Bapak Fauzi: untuk harga pada UD. Aulia Jaya saya pikir sesuai dengan kualitas produk yang dijual, terutama untuk produk yang diproduksi sendiri oleh toko tersebut. Karena murah mahalnya harga suatu barang itu ditentukan oleh kualitas barang tersebut. Dan memang ada beberapa barang pada UD. Aulia Jaya yang harganya sama dengan harga yang dipatok oleh pedagang lain”.⁴

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh UD. Aulia Jaya menggunakan beberapa metode yaitu untuk produk yang dibuat sendiri dengan menghitung biaya yang dihabiskan lalu ditambah dengan laba yang diharapkan, dan untuk barang-barang yang dibeli dari pabrik penetapan

¹ Abdul Jamil, Pemilik UD. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 26 Desember 2020.

² Umam, Karyawan UD. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 26 Desember 2020.

³ Maksi, Konsumen tetap UD. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 09 Januari 2020.

⁴ Fauzi, Konsumen UD. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 09 Januari 2020.

harganya dilakukan dengan cara menghitung harga beli kemudian ditambah laba, namun ada beberapa barang yang harganya masih mengikuti harga pesaing.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa strategi penetapan harga material bangunan & elektronik pada UD. Aulia Jaya menggunakan beberapa metode yang dalam ilmu ekonomi disebut dengan *cost-plus pricing*, *mark-up pricing*, dan *perceived value fixing*.

3. Penetapan Harga Material Bangunan & Elektronik Pada UD. Aulia Jaya Ditinjau Dari Ekonomi Islam

Islam sangat memperhatikan segala hal yang berhubungan dengan kegiatan manusia, terutama dalam hal berbisnis. Dalam bisnis islam, harga merupakan salah satu aspek yang harus diperhatikan dalam pasar agar tidak terjadi kedzaliman yang menyebabkan salah satu dari pelaku bisnis (penjual ataupun pembeli) merasa ada yang dirugikan.

Terlepas dari penetapan harga yang dilakukan oleh UD. Aulia Jaya, ada beberapa unsur yang menjadi perhatian peneliti dalam melakukan penelitaian yaitu penetapan harga ditinjau dari ekonomi islam, baik dari segi permasalahan yang melanggar etika bisnis islam, konsep harga yang adil, maupun akad yang dilakukan ketika melakukan transaksi. Hal pertama yaitu masalah-masalah yang terjadi sehingga menimbulkan permasalahan dalam proses jual beli. Adapun permasalahan yang terjadi pada UD. Aulia Jaya yaitu telatnya pengiriman barang kepada konsumen. Berikut pernyataan pemilik UD. Aulia Jaya:

“Masalah yang sering terjadi di toko ini adalah telatnya pengiriman barang kepada konsumen, sehingga sering kali saya mendapat komplain dari

konsumen terkait hal tersebut. Hal itu karena barang yang seharusnya dikirim pada waktu tertentu sering mengalami keterlambatan. Akan tetapi saya meminta maaf kepada konsumen untuk permasalahan ini. Sebenarnya saya tidak ingin menunda-nunda pengiriman, akan tetapi kadang kala mobil yang biasa mengantar barang masih digunakan untuk keperluan lain dan dalam sehari kadang-kadang bentrok dengan pengiriman ke tempat yang lain. Sebenarnya saya ingin menambah transportasi untuk toko ini, akan tetapi saya masih terkendala dengan modal dan juga sopir yang biasa mengantar barang. Karena disini karyawan saya yang bisa mengendarai mobil hanya satu orang”.⁵

Selain pernyataan pemilik diatas, berikut pernyataan karyawan dan

pelanggan terkait pengiriman barang yang dilakukan oleh UD. Aulia Jaya.

“Menurut Umam: ketika ada pengiriman barang di toko ini sering kali tidak sesuai dengan perjanjian yang dilakukan oleh pemilik dengan konsumen. Meskipun ada komplain dari konsumen saya hanya bisa menyampaikannya kepada pemilik toko ini, karena saya bekerja disini hanya menjalankan tugas sesuai dengan perintah dari atasan saya. Jika saya disuruh untuk mengantar barang, maka saya laksanakan dan jika saya dikasih tugas lain maka saya mengerjakannya. Karena saya bekerja disini tidak hanya ditugaskan untuk mengantar barang saja, akan tetapi saya disini juga membantu pekerjaan teman-teman yang lain.”⁶

“Menurut Bapak Moh. Holla: saya pernah membeli barang di toko UD. Aulia Jaya, akan tetapi barang tersebut tidak ada. Kemudian pemilik toko tersebut mengatakan bahwa barang tersebut akan datang 3 hari lagi dan menyuruh saya kembali pada hari itu. Setelah 3 hari, saya kembali mendatangi UD. Aulia Jaya akan tetapi barang tersebut masih belum ada. Pemilik UD. Aulia Jaya mengatakan mungkin barang tersebut besok yang akan datang. Akhirnya saya memutuskan untuk kembali minggu depannya lagi. Sebenarnya saya ingin membatalkan pesanan saya, akan tetapi karena pemilik toko tersebut teman saya jadi saya tetap menerimanya walaupun saya harus bolak balik toko tersebut dan juga waktu itu saya sangat membutuhkan barang tersebut.”⁷

“Menurut Bapak Fauzi: saya selama berbelanja di UD. Aulia Jaya saya tidak pernah menanyakan kapan waktu barang yang saya beli akan diantar ke rumah. Karena saya sendiri ketika membeli barang disana, saya membawa

⁵ Abdul Jamil, Pemilik UD. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 26 Desember 2020.

⁶ Umam, Karyawan UD. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 26 Desember 2020.

⁷ Moh. Holla, Pelanggan UD. Aulia Jaya, wawancara langsung pada tanggal 09 Januari 2020.

alat transportasi sendiri. Jika barang yang saya butuhkan tidak ada, maka saya pindah ke tempat lain.”⁸

Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga yang dilakukan oleh UD. Aulia Jaya sudah sesuai dengan syariat islam, akan tetapi dalam pelaksanaan jual beli tersebut ada hal yang tidak sesuai dengan aturan islam. Hal ini dianggap sepele oleh pemilik UD. Aulia Jaya, dikarenakan hal tersebut tidak ada kaitannya dengan harga. Ada etika yang melanggar yang dilakukan oleh pihak UD. Aulia Jaya yaitu penipuan dalam waktu penyerahan. Yang mana dalam ekonomi islam penipuan sangat dilarang, baik penipuan dari segi kualitas, kuantitas, maupun waktu penyerahan. Karena jika terjadi penipuan dalam jual beli, maka ada salah satu pihak yang dirugikan.

Selain hal di atas, berikut pernyataan pemilik UD. Aulia Jaya terkait dengan konsep harga yang adil.

“Untuk penetapan harga, setiap konsumen itu sama. Tidak ada yang saya beda-bedakan baik itu pelanggan tetap maupun pelanggan biasa. Meskipun kadang-kadang yang berbelanja disini itu saudara saya, teman saya, ataupun kerabat jauh tetap harganya sama. Saya tidak pernah membeda-bedakan konsumen baik dari segi kalangan, letak geografisnya, dan lain sebagainya. Karena menurut saya, semua konsumen itu sama. Jika barang yang di beli oleh konsumen satu produk yang sama, maka jika ada konsumen lain yang membeli harganyaapun akan sama”.⁹

“Menurut Umam: untuk konsumen disini tidak ada yang dibeda-bedakan. Mau konsumen yang biasa berbelanja ataupun yang hanya sekali belanja, semua harga antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya sama. Apalagi saya disini hanya bekerja, jadi semua harga sesuai dengan daftar harga yang telah disediakan oleh pemilik dan saya juga tidak pernah memberikan perbedaan harga kepada konsumen. Harga yang diberikan selalu sama, baik dari pemilik maupun saya yang melayani konsumen”.¹⁰

⁸ Fauzi, Konsumen UD. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 09 Januari 2020.

⁹ Abdul Jamil, Pemilik UD. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 26 Desember 2020.

¹⁰ Umam, Karyawan Udsw11. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 26 Desember 2020.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa penetapan harga pada UD. Aulia Jaya dilakukan dengan adil, tidak ada perbedaan antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya. Semua konsumen diberikan harga yang sama jika produk yang dibelinya sama. Dan bentuk keadilan yang lain yang didapatkan antara UD. Aulia Jaya dengan konsumen yaitu konsumen mendapatkan manfaat dari barang yang dibeli, sedangkan pihak UD. Aulia Jaya mendapatkan keuntungan dari hasil jual beli barang tersebut.

Selain harga yang adil, selanjutnya yaitu tentang akad yang dilakukan oleh pihak UD. Aulia Jaya dengan konsumennya, karena kesepakatan harga terjadi ketika akad berlangsung. Berikut pernyataan pemilik UD. Aulia Jaya terkait dengan akad yang digunakan ketika melakukan transaksi dengan konsumen.

“Untuk akad, biasanya jika ada konsumen yang ingin berbelanja terlebih dahulu saya menanyakan barang apa yang ingin dibeli, kemudian saya memberitahukan harga dari produk tersebut. Setelah konsumen setuju dengan harganya, maka saya memberitahu kapan barang tersebut akan dikirim ke rumahnya. Dan jika barang yang dibeli jumlahnya banyak, maka saya menuliskannya di nota sudah ada dan menjumlah semua total belanjaan tersebut dihadapan konsumen. Kemudian saya kasih kepada sopir disini untuk diberikan nota konsumen ketika barangnya sudah sampai di rumahnya. Nota tersebut sebagai bukti bahwa barang yang dikirim jumlahnya sesuai dengan barang yang dibeli. Akan tetapi, jika jumlah barang yang dibeli hanya sedikit biasanya konsumen tidak minta nota dan barang yang dibeli langsung dibawa sendiri dengan kendaraan yang dibawanya. Saya ketika melakukan akad dengan konsumen tidak pernah menyebutkan harga asli dari barang tersebut dan keuntungan yang saya ambil, karena konsumen tidak pernah menanyakan tentang hal itu kepada saya.”¹¹

Selain pernyataan diatas, berikut pernyataan dari karyawan dan konsumen terhadap akad yang dilakukan ketika berbelanja di UD. Aulia Jaya.

¹¹ Abdul Jamil, Pemilik UD. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 26 Desember 2020.

“Menurut Umam: ketika ada konsumen yang mau berbelanja biasanya saya menanyakan terlebih dahulu barang apa yang ingin dibeli, lalu biasanya konsumen menanyakan harga dari barang tersebut kemudian saya memberitahukan harganya sesuai dengan harga yang sudah disediakan oleh pemilik. Namun jika ada konsumen yang masih nawar ataupun meminta potongan harga, saya hanya bisa menjawab bahwa harga tersebut sudah sesuai dengan harga yang telah ditetapkan oleh pemilik toko ini. Kalau masih maksa untuk menawar ataupun minta potongan harga, maka saya menyuruh konsumen tersebut untuk meminta langsung pada pemilik toko ini, itupun kalau pemilik toko ada disini”.¹²

“Menurut Bapak Fauzi: ketika saya ingin membeli barang di UD. Aulia Jaya, biasanya disana sudah ada karyawan yang melayani. Jadi saya tinggal menyebutkan barang-barang yang ingin saya beli kemudian saya membayarnya”.¹³

“Menurut Bapak Moh Holla: saya kalau membeli barang di UD. Aulia Jaya biasanya langsung mendatangi karyawan ataupun pemilik jika sedang berada di toko, kemudian pihak UD. Aulia Jaya menanyakan barang apa yang ingin dibeli. Lalu saya menanyakan berapa harganya dan kemudian pihak UD. Aulia Jaya menyebutkan harganya. Jika barang yang saya beli sedikit, maka langsung saya bawa pada saat itu juga. Namun jika barang yang saya beli banyak, biasanya pihak UD. Aulia Jaya mencatatnya di nota kemudian mengatakan kapan barang itu akan diantar ke rumah. Setelah itu saya membayar sesuai dengan total yang ada di nota tersebut tapi kalau misalkan yang melayani saya adalah pemilik toko itu terkadang saya masih bercanda untuk meminta potongan harga, karena saya sudah sering berbelanja disana dan kebetulan pemiliknya adalah teman saya waktu masih sekolah dulu. Ya walaupun gak di kasih potongan harga, tapi saya tetap sepakat dengan harga yang telah ditetapkan toko itu. Karena namanya orang berjualan pasti ingin mendapatkan keuntungan.”¹⁴

Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa akad yang dilakukan oleh UD. Aulia Jaya sudah sesuai dengan syariat islam, karena akad yang dilakukan sudah sesuai dengan rukun dan syarat-syarat akad. Pihak UD. Aulia Jaya ketika ada konsumen yang berbelanja menyebutkan terlebih dahulu harga dari produk yang diinginkan oleh konsumen dan konsumenpun setuju dengan harga yang telah

¹² Umam, Karyawan UD. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 26 Desember 2020.

¹³ Fauzi, Konsumen UD. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 09 Januari 2020.

¹⁴ Moh. Holla, Pelanggan UD. Aulia Jaya, wawancara langsung pada tanggal 09 Januari 2020.

ditetapkan oleh pihak UD. Aulia Jaya. Meskipun pihak UD. Aulia Jaya tidak pernah menyebutkan harga asli dan keuntungan yang di ambil, tapi konsumen sepakat dengan harga yang telah ditetapkan.

4. Penetapan Harga Jual Yang Diterapkan UD. Aulia Jaya Sehingga Mampu Bersaing dengan Para Kompetitornya

Setelah memilih beberapa metode penetapan harga, langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh UD. Aulia Jaya adalah melihat seberapa besar pengaruh metode tersebut terhadap volume penjualan dan juga terhadap harga yang diberikan pesaing. Berikut pernyataan pemilik UD. Aulia Jaya dalam memberi harga sehingga bisa bersaing dengan pedagang yang lain:

“Ketika berbicara soal persaingan dalam suatu bisnis, saya rasa setiap pebisnis memiliki cara tersendiri untuk mempertahankan produknya, begitu juga dengan saya. Bagi saya hal penting yang pertama adalah konsumen, karena maju atau tidaknya toko ini tergantung dari konsumen. Jadi hal pertama yang harus saya lakukan adalah menarik minat konsumen terlebih dahulu sehingga mau untuk berbelanja di toko ini. Adapun cara menarik hati konsumen yaitu dengan cara memberikan potongan harga, dan sedikit hadiah. Cara ini saya lakukan agar konsumen kembali lagi berbelanja di toko ini. Karena kebanyakan konsumen senang ketika ada potongan harga. Adapun potongan harga yang saya berikan yaitu ketika konsumen melakukan pembelian dengan jumlah yang besar, sedangkan hadiah biasanya saya kasih kepada konsumen yang sudah menjadi pelanggan tetap di toko ini. Kemudian hal penting yang kedua yaitu kualitas produk yang saya jual, saya harus selalu memperhatikan kepuasan konsumen.”¹⁵

Selain itu, berikut pernyataan pelanggan terkait penetapan harga jual yang dilakukan oleh UD. Aulia Jaya dalam bersaing dengan pedagang lain.

“Menurut Bapak Anwari: saya pernah membeli barang di toko UD. Aulia Jaya kemudian saya menawar beberapa barang disana, setelah ada sedikit perbincangan akhirnya pemilik UD. Aulia Jaya memberikan potongan harga kepada saya. Bukan hanya itu, saya juga dikasih hadiah oleh pemilik toko

¹⁵ Abdul Jamil, Pemilik UD. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 26 Desember 2020.

tersebut, waktu itu saya dikasih palu. Pernah di lain waktu saya berbelanja di UD. Aulia Jaya, saya iseng meminta tambahan kuas cat kepada pemilik toko dan ternyata saya dikasih. Mungkin karena saya sering berbelanja disana mbak makanya saya dikasih, gak tau kalau konsumen yang lain.”¹⁶

“Menurut Bapak Baihaki: waktu saya membeli barang di UD. Aulia Jaya saya pernah dikasih meteran (alat ukur) oleh pemiliknya mbak, waktu itu saya membeli beberapa bahan bangunan dan juga kawat. Saya tidak tau kenapa saya dikasih meteran saat itu, tapi namanya rejeki saya terima mbak. Saya pikir mungkin karena saya tukang bangunan, jadi saya dikasih hadiah itu oleh pemilik UD. Aulia Jaya.”¹⁷

“Menurut Bapak Moh. Holla: saya kalau membeli barang di UD. Aulia Jaya, saya biasanya menawar. Tapi kalau harganya sama seperti toko lain saya tidak menawar. Tetapi saya pernah berbelanja disana dan dikasih potongan harga oleh pemiliknya. Waktu itu saya berbelanja cukup banyak karena saya males yang mau berbelanja di toko lain.”¹⁸

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa penetapan harga jual yang dilakukan oleh UD. Aulia Jaya dalam menghadapi para pesaingnya yaitu dengan cara memberikan potongan harga kepada konsumennya jika melakukan pembelian dalam jumlah besar. Kemudian memberikan hadiah kepada konsumen agar konsumen bisa tertarik untuk berbelanja lagi di UD. Aulia Jaya.

UD. Aulia Jaya memiliki cara tersendiri agar mampu bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama. Cara diatas dilakukan agar bisnis yang dijalankan mampu bertahan dan bisa mempengaruhi volume penjualan UD. Aulia Jaya. Hal ini sesuai dengan strategi penyesuaian harga.

B. Temuan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang peneliti kumpulkan dari berbagai macam teknik pengumpulan data yang berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi di tempat

¹⁶ Anwari, Pelanggan UD. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 10 Januari 2020.

¹⁷ Baihaki, Pelanggan UD. Aulia Jaya, Wawancara langsung pada tanggal 10 Januari 2020.

¹⁸ Moh. Holla, Pelanggan UD. Aulia Jaya, wawancara langsung pada tanggal 09 Januari 2020.

penelitian, maka peneliti menemukan beberapa temuan penelitian yang dideskripsikan dalam bentuk kata-kata sebagai berikut:

1. Strategi penetapan harga material bangunan & elektronik pada UD. Aulia Jaya menggunakan tiga metode yaitu:
 - a) Metode *cost-plus pricing*.
 - b) Metode *mark-up pricing*.
 - c) Metode *perceived value fixing*.
2. Penetapan harga material bangunan & elektronik pada UD. Aulia Jaya ditinjau dari ekonomi islam:
 - a) Dalam pelaksanaan jual beli yang dilakukan oleh pihak UD. Aulia Jaya ada permasalahan yang melanggar etika bisnis islam yaitu penipuan dalam waktu penyerahan.
 - b) Konsep harga yang adil terlihat dari cara pihak UD. Aulia Jaya memberikan penetapan harga yang sama kepada semua konsumen (tidak ada perbedaan antara konsumen yang satu dengan konsumen lainnya). Konsep keadilan yang selanjutnya yaitu keuntungan yang didapatkan oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli). Pihak UD. Aulia Jaya mendapatkan keuntungan atas barang yang dijual, sedangkan konsumen mendapatkan manfaat dari barang dibeli.
 - c) Akad yang dilakukan ketika melakukan transaksi sesuai dengan syariat islam.
3. Cara penetapan harga jual yang diterapkan UD. Aulia Jaya sehingga bisa bersaing dengan para kompetitornya yaitu dengan cara memberikan potongan

harga kepada konsumen yang melakukan pembelian dalam jumlah yang besar dan juga memberikan hadiah kepada konsumen agar tetap tertarik untuk berbelanja di UD. Aulia Jaya.

C. Pembahasan

Berdasarkan paparan data dan temuan penelitian di atas, maka akan dibahas secara detail dan lebih mendalam dalam pembahasan dengan memaparkan keterkaitan ataupun ketidaksesuaian dengan teori yang sudah dibahas pada bab sebelumnya. Berikut pembahasan yang akan dipaparkan oleh peneliti:

1. Strategi Penetapan Harga Material Bangunan & Elektronik Pada UD. Aulia Jaya

Strategi penetapan harga material bangunan & elektronik pada UD. Aulia Jaya menggunakan strategi dengan cara melihat produk yang dijualnya. Jika produk tersebut di beli dari pabrik maka strategi yang digunakan yaitu dengan cara melihat harga beli yang kemudian ditambah dengan keuntungan (laba) yang diinginkan (*mark-up pricing*). Namun, ada beberapa produk yang harga jualnya masih mengikuti harga pesaing yaitu dengan memberikan harga sesuai dengan harga rata-rata produk sejenis (*perceived value fixing*). Sedangkan untuk produk yang diproduksi sendiri oleh UD. Aulia Jaya maka strategi yang digunakan yaitu dengan cara melihat seluruh biaya total ditambah dengan keuntungan yang diinginkan (*cost-plus pricing*). Hal ini telah disesuaikan dengan keadaan UD. Aulia Jaya.

Dalam menentukan harga, perusahaan biasanya memiliki cara tersendiri yang dianggap sesuai dengan keadaan perusahaannya. Ada tiga cara yang bisa

digunakan untuk menentukan harga jual suatu produk. Berikut adalah tiga cara yang paling sering digunakan dalam strategi penetapan harga:¹⁹

- a. Strategi Penetapan Harga Berdasarkan Biaya. Metode ini adalah yang paling standar dan paling banyak digunakan, metode ini menentukan harga berdasarkan total biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk yang dijual, dan menambahkan sejumlah presentase tertentu sebagai laba. Ada 4 kategori dalam penetapan harga berdasarkan biaya, yakni:
 1. *Cost-Plus Pricing* Methode yaitu penetapan harga jual per unit berdasarkan jumlah biaya per unit ditambah jumlah tertentu sebagai laba atau margin (harga jual = biaya total + laba).
 2. *Mark-up Pricing* yaitu penetapan harga yang sering digunakan oleh pedagang perantara atau reseller dropshipper dengan menambahkan harga beli dengan sejumlah laba tertentu (harga jual = harga beli + laba/markup).
 3. *Fixed Fee Pricing* yakni penetapan harga berdasarkan jumlah biaya yang dikeluarkan oleh produsen produk tersebut ditambah sejumlah fee yang telah disepakati, jadi laba yang diperoleh tidak mempengaruhi harga jual barang.
 4. *Target Pricing* yakni penetapan harga yang dilakukan berdasarkan tingkat pengembalian investasi (ROI) sesuai dengan target yang diinginkan.
- b. Strategi Penetapan Harga Berdasarkan Kebutuhan/Keinginan. Strategi ini lebih mengutamakan kondisi ataupun kebutuhan konsumen. Strategi ini

¹⁹ Dhiyan Tyas Untari, *Manajemen Pemasaran; Kasus Dalam Mengembangkan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi*, (Jawa Tengah: CV. Pena Persada Redaksi, 2019), hlm. 26.

memungkinkan adanya perbedaan harga meskipun produknya sama, akibat beberapa faktor tertentu seperti letak geografis, waktu, dan sebagainya. Ada dua macam dalam strategi ini, yakni:²⁰

- 1) *Price Sentivity Meter* (PSM) yakni strategi penetapan harga yang dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pendekatan terhadap kebutuhan permintaan konsumen. Metode ini didasari persepsi konsumen terhadap nilai/value produk yang diterima, apakah sebanding atau tidak. Untuk mengetahui value suatu produk dapat diterima oleh konsumen, bisa mengukurnya dengan PSM.
 - 2) Diskriminasi Harga yakni kebijakan untuk menentukan harga jual yang berbeda-beda untuk suatu jenis produk yang sama dalam satu satu segmen pasar. Beberapa faktor yang mempengaruhi diskriminasi harga misalnya wilayah, konsumen, kualitas, dan bentuk produk.
- c. Strategi Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan. Strategi ini menyoroti harga produk sejenis yang dikeluarkan oleh industri pesaing. Ada dua metode yang bisa digunakan, yakni:
- 1) *Perceived Value Fixing* yakni penetapan harga jual berdasarkan berdasarkan harga jual rata-rata produk sejenis.
 - 2) *Sealed Bid Pricing* yakni penetapan harga jual berdasarkan penawaran yang diajukan pesaing.

2. Penetapan Harga Material Bangunan & Elektronik Pada UD. Aulia Jaya Ditinjau Dari Ekonomi Islam

²⁰ Ibid, hlm. 27.

Berbisnis tidak hanya memikirkan keuntungan saja melainkan harus memperhatikan segala aspek yang berhubungan dengan etika bisnis islam. Etika bisnis islam memberikan batasan-batasan yang harus diketahui, dipahami, dan dijalankan ketika melakukan suatu bisnis.

Dalam penetapan harga yang dilakukan oleh UD. Aulia Jaya memang tidak ada yang bertentangan dengan islam, akan tetapi dalam transaksi jual beli ada hal yang melanggar etika bisnis islam yaitu penipuan dalam waktu penyerahan yang mana hal tersebut dalam islam disebut dengan *tadlis*. *Tadlis* dalam islam dilarang, karena merupakan bentuk dari distorsi pasar. *Tadlis* adalah apabila penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang barang yang akan diperjualbelikan. Apabila salah satu pihak tidak mempunyai informasi seperti yang dimiliki oleh pihak lain, maka salah satu pihak akan dirugikan dan terjadi kecurangan atau penipuan.

Selanjutnya *tadlis* itu sendiri dilarang dalam 4 (Empat) macam aktivitas meliputi:²¹

a. *Tadlis* dalam harga

Tadlis (Penipuan) dalam harga ini termasuk menjual barang dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga pasar karena ketidaktahuan pembeli atau penjual. Dalam fiqih disebut *ghaban*.

b. *Tadlis* dalam kualitas

Tadlis kualitas merupakan bentuk penipuan dimana barang yang diberikan (dikirim) tidak sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Termasuk

²¹ibid, hlm. 164-166.

dalam tadlis kualitas adalah menyembunyikan cacat atau kualitas barang yang buruk yang tidak sesuai dengan yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

c. Tadlis dalam kuantitas

Tadlis dalam bentuk ini adalah bentuk penipuan dimana dengan mengurangi takaran (timbangan) serta memberikan harga yang tidak sesuai dengan kuantitas yang diperoleh oleh pembeli.

d. Tadlis dalam waktu penyerahan

Yang termasuk penipuan jenis ini adalah apabila si penjual tahu persis tidak akan menyerahkan barang pada esok hari, namun menjanjikan akan menyerahkan barang tersebut pada besok hari. Walau konsekuensi tadlis dalam waktu penyerahan tidak berkaitan secara langsung dengan harga ataupun jumlah barang yang harus ditransaksikan, namun masalah waktu adalah sesuatu yang sangat penting.

Selanjutnya konsep harga yang adil yang dilakukan oleh UD. Aulia Jaya yaitu dengan cara tidak membeda-bedakan antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya. Bentuk keadilan yang lain yaitu manfaat yang dirasakan oleh pihak UD. Aulia dan konsumen. Menurut peneliti, hal ini sesuai dengan konsep harga yang adil seperti yang dibahas pada bab II yaitu:

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariah islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kedzaliman) sehingga merugikan salah

satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualannya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setaara dengan harga yang dibayarkannya.²²

Selain itu, harga yang adil yang dilakukan oleh UD. Aulia Jaya yaitu dengan cara memberikan harga yang sama kepada konsumen jika produk yang dibeli adalah satu produk yang sama. Hal ini sesuai dengan definisi harga yang adil yang dikemukakan oleh salah satu tokoh ekonomi islam. Ibnu Taimiyah tampaknya merupakan orang yang pertama kali menaruh perhatian khusus terhadap permasalahan harga yang adil. Ibnu Taimiyah mendefinisikan harga yang adil sebagai “nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dan diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu”.²³

Tujuan utama dari harga yang adil adalah memelihara keadilan dalam mengadakan transaksi timbal balik dan hubungan-hubungan lain diantara anggota masyarakat. Pada konsep harga adil, pihak penjual dan pembeli sama-sama merasakan keadilan.²⁴

Pembahasan yang selanjutnya, yaitu terkait dengan akad yang dilakukan antara pihak UD. Aulia Jaya dengan konsumen. Adapun akad yang dilakukan oleh pihak UD. Aulia Jaya sudah memenuhi rukun dan syarat-syarat akad. Akad

²² Sumar'in, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 176-177 .

²³ Ahmad Murka Aji & Syarifah Gustiawati Mukri, “*Strategi Moneter Berbasis Ekonomi Syariah (Upaya Islam Mengatasi Inflasi)*”, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 107.

²⁴ Ibid.

merupakan keterkaitan atau pertemuan ijab dan kabul yang berakibat timbulnya suatu hukum.²⁵

Adapun rukun-rukun akad, yaitu sebagai berikut:

- a. *'Aqid*, adalah orang yang berakad.
- b. *Ma'qud 'alaih*, ialah benda-benda yang diakadkan, seperti benda-benda yang dijual dalam akad jual beli, dalam akad hibah (pemberian), gadai, utang yang dijamin seseorang dalam akad kafalah.
- c. *Maudhu' al-'aqd*, yaitu tujuan atau maksud pokok mengadakan akad.
- d. *Sighat al-'aqd*, ialah ijab qabul. Ijab ialah permulaan yang penjelasan yang keluar salah seseorang yang berakad sebagai gambaran kehendaknya dalam mengadakan akad. Adapun kabul ialah perkataan yang keluar dari pihak yang berakad pula yang diucapkan setelah adanya akad.²⁶

Syarat-syarat terjadinya akad yaitu:

- a. Kedua orang yang melakukan akad cakap bertindak (ahli).
- b. Akad itu diizinkan oleh syara', dilakukan oleh orang yang memiliki hak melakukannya, walaupun dia bukan *'aqid* yang memiliki barang.
- c. Janganlah akad itu akad yang dilarang oleh syara'.
- d. Akad dapat memberikan faedah.
- e. Ijab itu berjalan terus, tidak dicabut sebelum terjadi kabul. Maka apabila orang yang berijab menarik kembali ijabnya sebelum kabul maka batallah akadnya.

²⁵ Harun, *Fiqh Muamalah*, (Jawa Tengah: Muhammadiyah University Press, 2017), hlm. 32.

²⁶ Abdur Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 52.

- f. Ijab dan kabul mesti bersambung, sehingga bila seseorang yang berijab telah berpisah sebelum adanya kabul, maka ijab tersebut menjadi batal.²⁷

3. Penetapan Harga Jual Yang Diterapkan UD. Aulia Jaya Sehingga Mampu Bersaing dengan Para Kompetitornya

Setelah memilih metode untuk menetapkan harga, langkah selanjutnya yang diambil oleh UD. Aulia Jaya adalah bagaimana harga tersebut bisa mempengaruhi volume penjualan dan juga mampu bersaing dengan kompetitor yang lain. Berdasarkan paparan data dan temuan penelitian, UD. Aulia Jaya memilih untuk memberikan potongan harga kepada konsumen yang melakukan pembelian dalam jumlah besar. Selain itu, pihak UD. Aulia Jaya memberikan hadiah kepada konsumen agar konsumen tetap tertarik untuk berbelanja disana. Hal ini sesuai dengan strategi penyesuaian harga yang bisa dilakukan oleh pebisnis untuk bersaing dalam dunia usaha.

Ada lima strategi penyesuaian harga, yaitu penetapan harga diskon, harga segmentasi, harga promosi, harga psikologi, harga geografis, dan harga internasional.²⁸ Namun pada UD. Aulia Jaya dalam menerapkan harga jual agar mampu bersaing dengan para kompetitornya hanya menggunakan diskon musiman dan penghargaan. Karena hal tersebut dianggap sesuai dengan keadaan UD. Aulia Jaya. Berikut penjelasan tentang lima strategi penyesuaian harga:

- a. Penetapan Harga Diskon Dan Pengurangan Harga

²⁷ Ibid, hlm. 55.

²⁸ Suharno, *Marketing in Practice*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 201.

Perusahaan dapat menyesuaikan harga dasar mereka untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan karena prestasi tertentu yang telah dicapai, seperti pembayaran tagihan lebih awal, jumlah pembelian yang besar, dan pembelian di luar musim. Penyesuaian harga itu yang dinamakan *diskon* dan *pengurangan harga* dapat bermacam-macam bentuknya.

- 1) *Diskon tunai*, yakni pengurangan harga kepada pembeli yang membayar tagihan mereka lebih awal.
- 2) *Diskon jumlah*, adalah pengurangan harga bagi pembeli yang membeli dalam jumlah besar.
- 3) *Diskon fungsional* adalah pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada anggota-anggota saluran distribusi, karena mereka menjalankan fungsi-fungsi tertentu, seperti menjual, menyimpan, dan mempromosikan produk atau fungsi tertentu.
- 4) *Diskon musiman*, adalah pengurangan harga bagi pembeli yang membeli produk di luar musim.
- 5) *Penghargaan*, adalah pengurangan harga dari harga standard, dimana diberikan kepada mereka yang telah berkontribusi. Penghargaan pembelian dapat diberikan kepada pembeli dengan menyerahkan produk yang lama dalam membeli produk baru. *Potongan harga promosi*, adalah pembayaran atau pengurangan harga tertentu sebagai imbalan pada para penyalur karena berpartisipasi dalam program promosi dan dukungan penjualan.

b. Penetapan Harga Tersegmentasi

Penetapan harga tersegmentasi adalah menjual produk atau jasa pada dua atau lebih harga, dimana perbedaan harganya tidak didasarkan pada perbedaan-perbedaan biaya, namun didasarkan kepada beberapa hal seperti jenis pelanggan, bentuk produk, dan perbedaan lokasi.

c. Penetapan Harga Psikologis

Dalam kegiatan pemasaran, harga juga menjadi alat untuk mendapatkan tanggapan yang berbeda, yang membantu dalam memasarkan produk. harga psikologi adalah penetapan harga yang ditujukan dan digunakan untuk mempengaruhi psikologi seseorang. Dengan menggunakan harga psikologis, penjual mempertimbangkan psikologis harga dan tidak semata-mata hanya mempertimbangkan faktor ekonomi.

d. Penetapan Harga Promosi

Penetapan harga promosi adalah menetapkan harga produk di bawah biaya secara temporer agar mendapatkan peningkatan penjualan dalam waktu cepat.

e. Penetapan Harga Geografis

Perusahaan juga harus memutuskan cara menetapkan harga bagi para pelanggan yang berlokasi berbeda.

f. Penentuan Harga Internasional

Harga internasional adalah harga yang ditetapkan untuk berlaku di banyak negara. Dalam kaitan dengan harga internasional, harga produk akan bergantung pada beberapa beberapa faktor, yaitu kondisi perekonomian, situasi persaingan,

hukum dan peraturan, dan kemajuan sistem perdagangan besar dan eceran. Pemasar perlu menyesuaikan berbagai faktor tersebut agar memperoleh harga yang sesuai dengan negara-negara dimana produk dipasarkan.