ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL DALAM MEMPEROLEH LABA USAHA OLEH PEDAGANG PAKAIAN PASAR LERENG BUKITTINGGI DILIHAT DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Falkultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh :

MISNAWATI

3214.237

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

BUKITTINGGI

TH 2018

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **Misnawati NIM. 3214.237**, dengan judul **"Analalisis Penctapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perpektif Ekonomi Islam"** memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disctujui untuk diajukan ke sidang *Munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi,06 Agustus 2018

Pembimbing I	Pembimbing II
H. Harfandi, SE,M. Si	**Yenti Astarie Dewi, SE, MM**
NIP. 196211101999031001	**NIDN. 2001028702**

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul **"Analisi Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam)"**yang disusun oleh **Misnawati, NIM 3214.237**telah di uji dalam sidang *Munaqasah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi, pada hari Kamis, 20 September 2018 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Strata satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam.

Bukittinggi, 23 September 2018

Ketua

H. Harfandi, SE., M.Si
NIP. 196211101999031001

Tim Penguji

H. Harfandi, SE., M.Si
NIP.196211101999031001

Yenti Astarie Dewi, SE, MM
NIDN.2001028702

Anggota

Ali Rahman, SH, MH
NIP.191122619990110002

Jon Kenedi, SE, MM
NIP. 197004242009011002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan BisnisIslam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 196211101999031001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama/Nim	: MISNAWATI / 3214.237
Tempat/ Tanggal Lahir	: Matur / 29 September 1994
Fakultas / jurusan	: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam
Judul Skripsi	: Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya karya ilmiah (skripsi/tugas akhir) dengan judul diatas adalah **benar** asli karya penulis. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karaya sendiri. Maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar keserjanaan penulis dicopot sampai batas waktu yang berlaku yang tidak ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 6 Agustus 2018



Penulis,

Misnawati
NIM: 3214.237



LEMBAR PERSEMBAHAN

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.
Maka apabila kamu telah selesai
(dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain
Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.
(QS. Alam Nasrah 6-8)

Allah SWT Meninggikan derajat orang yang beriman diantara kemudahan orang yang berilmu pengetahuan beberapa derajat
(Q.S Al-Mujadalah)

Alhamdulillah……
Setitik asa telah ku raih
Segenggam cita-citaku telah ku dapatkan
Panjang jalan yang harus ku telusuri
Langkah demi langkah telah ku ayunkan
Berbagai peristiwa telah kujalani
Kadang kecewa, kadang putus asa
Sekarang……
Telah ku dapatkan setetes embun itu
Walau masih panjang perjalanan yang harus ku tempuh

Ya Allah……
Puji syukur ku haturkan ke hadirat Mu
Karena nikmat dan kekuatan yang engkau berikan
Sehingga diri ini mampu bertahan
Dari segala rintangan dan halangan
Tuk meraih cita-cita
Karena perjuangan yang tulus
akan melahirkan kemenangan yang manis

Ya Rabbi……
Hari ini…..
Ku persembahkan sebuah karya kecil ku ini untuk semua yang tercinta
Sebagai ucapan terima kasihku
Kepada kedua orang tuaku yang ku cintai
Ayahanda Safrizal dan ibunda Nepostiani yang selalu mendo'akan aku dikala suka dan duka tanpa dukungan ayah dan ibu mungkin aku tidak berarti apa-apa, ibu engkau bagaikan matahari yang selalu menyinariku, ayah engkau bagaian cahaya yang selalu menerangi langkahku di saat aku dalam keaadaan suka dan duka, tanpa support ayah dan ibu mungkin aku tidak bisa seperti sekarang ini, terima kasih ayah , dan ibu aku tidak bisa membalas jasa engkau, mudah- mudahan ini awal dari kesuksesan buat aku, semoga aku bisa mewujudkan apa yang diimpikan ayah dan ibu selama in.

Dan tak lupa ucapan terima kasih kepada ,abang wewen, dan Adikku sari,Muhammad dan agus yang selalu mngasih support kepada aku, dan tak lupa juga kepada pak etek, pak uwo yang selalu mengasi semangat buat aku dan Rahmi, Fitri, kak sinta dan keluarga besar aku yang tidak bisa di sebut satu persatu .

Terimakasih kepada Dosen Pembimbing . Bapak Harandi, SE, M.Si dan Ibuk Yenti Astarie Dewi, SE, MM, yang selalu mengarah kan aku dalam penulisan skiripsi ini,terimakasih sudah membimbing aku, mungkin tanpa bantuan bapak Skripsi ini tidak akan selesai, mudah-mudahan Allah SWT yang membalas kebaikan Ibuk .

Dan Sahabat2 ku Ariza Murni, Gusnawati, Rahma Yeni, , Tisnawati,Rahmatul fitri, loly masytah dan Anak EI.F .

Serta Orang yang Selalu kusayangi
Atas kasih sayang yang telah engkau berikan kepada ku
Pemberi cahaya disaat aku dalam kegelapan
Dan semangat disaat aku jatuh
Do'a mu penyejuk hatiku dan pendorong
Diriku untuk menggapai cita-citaku
Semoga Allah membalas semua kasih sayang
Dan kebaikan yang telah engkau berikan kepada ku
Amin…..
Ya….Allah…..
Akhirnya kepada Mu jua aku berserah
Dalam menjalani hidup ini
Ya…..Rabbi….
Jangan lepaskan aku dari hidayat Mu
Dalam hidup dan matiku…
Amin……

By: misnha

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis. Salawat serta salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pencerahan melalui pribadinya yang luhur dan agung, serta meninggalkan dua pedoman hidup menuju jalan yang di ridhoi oleh Allah SWT yaitu Al-Quran dan Hadits, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **"ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL DALAM MEMPEROLEH LABA USAHA OLEH PEDAGANG PAKAIAN PASAR LERENG BUKITTINGGI DILIHAT DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi Strata 1 untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Keberhasilan penyusunan skripsi ini juga atas bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih yang tulus tak terhingga teristimewa kepada Ayahanda **Safrizal** dan Ibunda **Nepostiani** serta Ayunda **WitaPurnama Sari**, Adinda **Muhamad Efendi,** Adinda **Agusrizal**, dan Kakanda **Wewen Novian Eka Putra** yang telah membesarkan, mengasuh, mendidik serta membina penulis dengan penuh kasih sayang dari sejak kecil hingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini. Selanjutnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu **Dr. Ridha Ahida, M.Hum**, Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi beserta Bapak dan Wakil Rektor yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi Strata 1 di IAIN Bukittinggi.
2. Bapak **H. Harfandi, SE, M.Si**, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Bapak **Yefri Joni, MA**, Ketua Jurusan Ekonomi Islam atas izin dan kesempatan, bimbingan dan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak **H. Harfandi, SE, M.Si**, Pembimbing I yang dengan sabar telah berkenan meluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan dan masukan hingga akhir penulisan ini.
4. Ibu **Yenti Astarie Dewi, SE, MM** Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan bahkan buah pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak **Gusril Basir, SH, M.Hum.** Dosen Penasehat Akademik yang selalu menasehati dan memberikan banyak motivasi demi kelancaran proses belajar penulis.
6. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.
7. Sahabat-sahabatku Ariza murni, Gusnawati, Rahma Yeni, Hasna Yunita, Tisnawati, dan semua anak kos sate laysir selain ilmu, gelar dan pengalaman kalianlah yang penulis dapatkan selama kuliah
8. Saudara-saudaraku Loly Masyitah, Annisa Eka Putri, Dewi Ceptiani, Ismawati yang selalu memberi dukungan motivasi, pelajaran, doa serta bantuan kepada penulis hingga akhir penulisan skripsi

9. Rekan-rekan Ekonomi Islam khususnya Ekonomi Islam (EI) F angkatan 2014 atas kebersamaan, kehebohan, kekompakan, dukungan, semangat dan masukannya.
10. Terima kasih kepada rekan-rekan HMJEI, HMI, karena telah berbagi berbagai pengalaman berorganisasi dan menciptakan kebersamaan dengan penulis.
11. Teman-teman KKN, Siska, Septi, Mira, chaca, Zul, Chika, Beni,Ira, yang selalu mensupport dan memberi semangat.
12. Staff pustaka yang telah memberikan izin kepada saya untuk meminjam buku yang diperlukan untuk penyusunan skripsi ini hingga akhir.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan dan kasih sayang yang begitu luar biasa.

Atas bantuan yang telah diberikan, penulis ucapkan terimakasih. Semoga mendapatkan ridho dan balasan dari Allah SWT dan semoga karya sederhana ini bermanfaat. *Amin ya rabbal 'alamin.*

Bukittinggi, Agustus2018

Penulis,

Misnawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
SURAT PERNYATAAN
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI
LEMBAR PERSEMBAHAN
KATA PENGANTAR i
DAFTAR ISI iv
DAFTAR TABEL vii
ABSTRAK x

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 12
C. Batasan Masalah 12
D. Rumusan Masalah 12
E. Tujuan Penelitian 13
F. Manfaat Penelitian 13
G. Penjelasan Judul 14
H. Sistematika Penulisan 17

BAB II LANDASAN TEORITIS

A. Konsep Teori UKM 19
   1. Pengertian UKM 19
   2. Kriteria UKM 21
   3. Ciri-ciri UKM 22
   4. Keunggulandanpeluang UKM 23
   5. Peran UKM dalam perekonomian masyarakat 24
B. Konsep Pemasaran 25
   1. Pengertian pemasaran 25

2. Hal-hal yang mendasar dalam Pemasaran.....28
3. Ruang lingkup pemasaran.....29
4. Faktor- faktor yang digunakan dalam Pemasaran.....30
5. Strategi pemasaran yang efektif.....31
C. Konsep Harga.....32
1. Pengertian Harga.....32
2. Penetapan Harga.....37
3. Metode Penetapan Harga. 40
4. Faktor- faktor yang mempengaruhi harga permintaan dan Penawaran 39
5. Mekanisme pasar yang membentuk harga 46
D. Konsep laba usaha.....49
1. Pengertian Dan Karakteristik Laba 49
2. Aturan Tentang Laba Dalam Islam 51
3. Sumber Dari Laba Ekonomi 51
4. Batasan-Batasan Penentuan Laba Dalam Islam.....52

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian. 54
B. Data dan Sumber Data. 55
C. Informan penelitian 55
D. Teknik Pengumpulan Data. 56
E. Teknik Analisis Data. 57

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Monografi Pasar Lereng Bukittinggi. 59
B. Anggaran Rumah Tangga Persatuan Pedagang Pasar Lereng P3L Kota Bukittinggi 62
C. Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha 68
D. Hasil Penelitian
1. PenetapanHargaJual Di PasarLereng.....70

2. Dalam menetapkan harga pedagang melihat waktu dan jenis pembeli 71
3. Sistem Jual Beli Pedagang Dalam Penetapan Harga 71
4. Penetapan Harga Oleh Pedagang Pasar Lereng Bukittinggi 72
5. Faktor yang mempengaruhi para pedagang pakaian menetapkan Harga 73
6. Laba usaha yang diterima ketika dalam penetapan harga dihari hari tertentu 75
7. Metode penetapan harga yang digunakan pedagang 76
8. Kendala yang dihadapi dalam penetapan harga 77
9. Cara pedagang menyikapi kendala tersebut 78
10. Cara pembedaan harga pakaian dalam penetapan harga 78
11. Memberikan harga yang semestinya kepada konsumen 79
12. Cara konsumen menawarkan pakaian yang dibeli kepada pedagang. 80
13. Sikap pedagang dalam menghadapi perilaku konsumendalam penawaran harga pakaian 80
14. Etika bisnis pedagang 80
15. Pengetahuan pedagang tentang etika bisnis 81

E. Analisis penulis tentang hasil penelitian 77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 89
B. Saran 90

KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **MISNAWATI** dengan **NIM 3214. 237** program studi strata-1 (S1) Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi yang berjudul**"ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL DALAM MEMPEROLEH LABA USAHA OLEH PEDAGANG PAKAIAN PASAR LERENG BUKITTINGGI DILIHAT DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM".**

Latar belakang penelitian ini adalah pedagang melakukan penetapan harga yang tidak sesuai dengan prinsip syariah atau nilai-nilai islam dan masih jauh dari etika bisnis islam. Seperti masih banyak pedagang yang manipulasi harga misalnya menetapkan harga tidak sesuai dengan penetapkan harga yang ditetapkan oleh pihak pasar. Masih banyak pedagang yang mematok harga tidak sesuai dengan prinsip islam demi mencapai keuntungan sehingga para pembeli akan terzalimi, dan berakibat terjadinya krisis ekonomi.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research)* yang bersifat kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara yang menggambarkan analisis penetapan harga jual dalam memeperoleh laba usaha oleh pedagang pakaian pasar lereng Bukittinggi dilihat dari perspektif ekonomi islam

Setelah penulis melakukan penelitian maka dapat dikemukakan bahwa dalam penetapan harga pedagangang memperoleh labausaha, maksudnya yaitu pedagang yang menetapkan harga sesuai keinginan pedagagang akan memperoleh keuntungan, tetapi dalam mengambil keuntungan tersebut masih ada pedagang yang tidak berlandaskan syariah atau nilai-nilai islam yang sesuai dalam etika bisnis dalam ekonomi islam

Kata kunci :Penetapan harga, Laba usaha

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap anggota masyarakat selalu mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam kehidupannya.Semua keinginan manusia dalam kehidupannya, termasuk didalamnya keinginan untuk hidup tentram, dapat diwujudkan apabila ada instrument yang mampu mewujudkan keinginan tersebut.

Salah satu instrument yang dipandang dapat mewujudkan ketentraman itu adalah transaksi perdagangan yang dilakukan atas dasar kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan. Ketentraman dalam masyarakat tidak dapat diwujudkan apabila lingkungan, dimana masyarakat itu hidup dan beraktivitas, terdapat banyak pelanggaran terhadap hukum, baik hukum agama maupun hukum dan perundangan-undangan yang berlaku.

Bentuk pelangaran hukum yang terjadi ditengah-tengah masyarakat diantaranya adalah kecurangan dalam transaksi perdagangan dalam menentukan harga dipasar .[1]

[1]Akhmad mujahidin,*ekonomi islam (sejarah, konsep instrument, Negara dan pasar)*,(jakarta : PT Raja Grafindo persada, 2013) hal 142

Sesuai dengan firman Allah dalam QS Al-Mutaffifin ayat 1-5

وَيۡلٞ لِّلۡمُطَفِّفِينَ ١ ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكۡتَالُواْ عَلَى ٱلنَّاسِ يَسۡتَوۡفُونَ ٢ وَإِذَا كَالُوهُمۡ أَو وَّزَنُوهُمۡ يُخۡسِرُونَ ٣ أَلَا يَظُنُّ أُوْلَٰٓئِكَ أَنَّهُم مَّبۡعُوثُونَ ٤ لِيَوۡمٍ عَظِيمٖ ٥ [سورة المطففين,١-٥]

Artinya :

1. *kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang*
2. *(yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi,*
3. *dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.*
4. *tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa Sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar,*
5. *(yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam?"*

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

Harga merupakan penentuan dari suatu barang yang merupakan titik pertemuan dari produk yang ditawarkan dengan permintaan akan barang yang dimaksud.

Tujuan ditetapkannya harga pada suatu barang adalah untuk mencapai hal-hal sebagai berikut:

a) Mendapat posisi pasar
b) Mencapai kinerja keuangan
c) Penentuan posisi produk
d) Mempengaruhi persaingan [2]

Penetapan harga diatas harga pasar dilakukan biasanya untuk melindungi produsen dari harga yang tidak terlalu rendah sehingga tidak memperoleh harga atau keuntungan yang memadai atau merugi sedangkan penetapan harga dibawah harga pasar adalah melindungi konsumen dari harga yang terlalu tinggi.

Dalam program penetapan harga yang berorientasi pada pasar, biaya dan kemampu labaan memang dipertimbangkan, tetapi dasar utama untuk pemilihan program adalah elastisitas permintaan.

Dalam Islam harga sangat berkaitan dengan keadilan tanpa ada kebohongan dan manipulasi antara pedagang dengan pembeli, karena dalam

[2]Hardjanto Imam Amirrulah *Pengantar Bisnis* ,(Yogyakarta :Graha ilmu , 2005) hal 146

Islam persaingan yang tidak sehat menggunakan cara-cara yang tidak baiksehingga akan membuat harga yang tercipta bukan harga pasar yang sebenarnya[3]

Sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-maidah ayat 8

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ كُونُواْ قَوَّٰمِينَ لِلَّهِ شُهَدَآءَ بِٱلْقِسْطِ ۖ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَـَٔانُ قَوْمٍ عَلَىٰٓ أَلَّا تَعْدِلُواْ ۚ ٱعْدِلُواْ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرٌۢ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

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*".

Dari ayat diatas dapat kita lihat bahwa harga yang berkeadilandipasar akan mengantarkan kepada ketaqwaan dan keadilan itu harus diterapkan dalam setiap sendi kehidupan.

Dalam islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri diatas prinsip persaingan bebas(*perfect competition).* Namun demikian bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibungkus oleh frame aturan syariah. Pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak mana pun, tak

[3]Sumar'in, *Ekonomi islam(*Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013) hal 177.

terkecuali Negara dengan otoritas penentuan harga atau private sector dengan kegiatan monopolistic atau yang lainnya.

Karena pada dasarnya pasar tidak membutuhkan kekuasaan yang besar untuk menentukan apa yang harus dikonsumsi dan diproduksi. Sebaliknya, biarkan tiap individu dibebaskan untuk memilih sendiri apa yang dibutuhkan dan bagaimana memenuhinya. Inilah pola normal dari pasar atau 'keteraturan alami' dalam istilah AL-Ghazali berkait dengan ilustrasi dari evolusi pasar. Selanjutnya,Adam Smith menyatakan serahkan saja pada *invisible hand,* dan " dunia akan teratur dengan sendirinya". Penjelasan dalam penetapan harga berdasarkan Ekonomi Islam adalah permintaan dan penawaran. Permintaan merupakan suatu elemen yang menggerakan pasar. Istilah yang digunakan ibnu taimiyah untuk menunjukan permintaan ini adalah keinginan. Keinginan yang muncul pada konsumen sesungguhnya sesuatu yang kompleks, dikatakan berasal dari Allah Swt, sedangkan penawaran merupakan khasanah pemikiran ekonomi islam klasik pasokan (penawaran) telah dikenali sebagai kekuatan penting didalam pasar. Ibnu taimiyah, misalkan mengistilahkan penawaran ini sebagai ketersediaan barang dipasar. Dalam pandangannya penawaran dapat berasal dari impor dan produksi local sehingga kegiatan ini dilakukan oleh produsen atau penjual.

Dari pemahaman itu, harga sebuah komoditas ditentukan oleh penawaran dan permintaan, perubahan yang terjadi pada harga berlaku juga ditentukan oleh

terjadinya perubahan permintaan dan perubahan penawaran. Hal ini sesuai dengan hadis yang diriwayatkan dari Anas bahwasanya suatu hari terjadi kenaikan harga yang luar biasa di masa Rasurullah SAW, maka sahabat meminta nabi untuk menentukan harga pada saat itu, lalu nabi bersabda: Artinya," *Bahwa Allah adalah dzat yang mencabut dan memberi sesuatu ,dzat yang memberi rezeki dan penentu harga…"*(HR.Abu Daud)[4]

Saat ini yang menjadi persoalan umum dan sering tidak disadari oleh pedagang adalah adanya sebuah kebebasan dalam mengatur harga dagangannya di pasar yang mana tidak sesuai dengan prinsip Islam, mereka harus mengatur sendiri tentang harga dagangannya, yang meliputi menggaet pembeli, serta menjaga pembeli agar menjadi pelanggan tetap. Disinilah kemungkinan ada perbedaan penerapan harga dagangannya.

Berkaitan dengan hal itu usaha yang dapat dilakukan pedagang dipasar dalam menjual barang dagangannya seharusnya tidak hanya mutlak untuk mencari keuntungan tinggi, tetapi harus punya keseimbangan antara keuntungan yang didapat dengan keberkahan untuk masa depannya. Pedagang yang seperti ini akan memudahkan dirinya dalam berhubungan sesama manusia dan juga dengan Tuhan-Nya.

[4]Mustafa Edwin Nasution,*Pengenalan Ekslusif Ekonomi Islam*(jakarta :Kencana Prenada Media Group,2006)Hal 159-160

Para pelaku bisnis atau pedagang dalam perspektif ekonomi islamberakar pada alqur'an dan hadis. Dalam alqur'an terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 188

وَلَا تَأْكُلُوٓاْ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ وَتُدْلُواْ بِهَآ إِلَى ٱلْحُكَّامِ لِتَأْكُلُواْ فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَٰلِ ٱلنَّاسِ بِٱلْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: "*Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui"*

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa pedagang dilarang memakan harta sesame dengan jalan yang bathil.

Kata diantara kamu dalam surat diatas menunjukan setidaknya dua arti penting pertama harta benda adalah milik semua manusia secara bersama dan allah telah membaginya antara mereka secara adil berdasarkan kebijaksanaan-Nya dan melalui penetapan hukum dan etika sehingga upaya perolehan dan pemanfaatannya tidak menimbulkan perselisihan dan kerusakan.

Kedua hak dan kebenaran harus ada diantara mereka sehingga yang tarik-menarik dalam bisnis itu.Ia berada diantara mereka,sehingga tidak boleh keseluruhan ditarik oleh pihak pertama sehingga kesemuanya menjadi miliknya,

demikian pula sebaliknya pihak kedua. Untuk dan rugi pada prinsipnya harus ditanggung bersama[5]

Selain itu pedagang seharusnya mampu bertanggung jawab terhadap apa yang ia putuskan dalam menjual barang dagangannya. Sering pedagang tidak memikirkan bagaimana harga yang sesuai dengan harga pasar, dan harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas suatu barang.

Didalam fiqih islam dikenal dua istilah mengenai harga suatu barang yaitu As-*aman* dan As-sir As *aman* adalah patokan harga sedangkan sedangkan As-si'r adalah harga yang berlaku secara actual di dalam pasar. Ulama fiqh membagi *as-si'r* menjadi dua macam:

1. Harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah

   Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah harga yang berlaku secara alami tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang atau produsen

2. Harga suatu komoditas ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dam keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang riill[6]

[5]Muhammad,*ekonomi syariah,(*Yogyakarta:graham ilmu,2008)hal 62-63

Perdagangan dalam Islam dianggap sah atau boleh dilakukan apabila didasarkan kepada prinsip rida dan ikhlas.Perdagangan yang didalamnya mengandung unsur ketidak jujuran, pemaksaan atau penipuan seperti menimbun barang dengan mengorbankan kepentingan orang banyak, mencegat penjual di perjalanan menuju pasar, menyembunyikan informasi untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar, mengurangi timbangan, menyembunyikan cacat barang dagangan dan lain sebagainya, hukumnya tidak boleh(haram).

Bila diperhatikan transaksi yang dilakukan oleh pedagang pasar lereng bertentangan dengan prinsip syariah yang menjunjung tinggi nilai keadilan. Dimana dilihat didalam mengambil keuntungan pedagang tidak memperhatikan bagaimana cara menetapkan harga, pedagang hanya menetapkan harga sesuai keinginannya saja, tanpa mempedulikan nilai-nilai islam yang telah diajarkan Rasullulah. Sebenarnya Harga pasar terdiri dari harga pokok ditambah dengan keuntungan,keuntungan yang di ambil oleh pedagang harus lah sesuai dengan prinsip islam yaitu tidak terlalu tinggi mengambil keuntungan[7]. Di pasar lereng yang berlokasi dekat dengan pasaratas . Pasar ini merupakan jalan penghubung antara pasar atas dan pasar bawah, batas pasar ini dari jalan janjang gudang sampai apotik firma

[6]Iman Romansyah,*Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam,* hal 45-49

[7]Observasi secara langsung

Jumlah pedagang dipasar ini lebih kurang 392 orang pedagang. Pedagang banyak menjual berbagai jenis dagangan,dagangan yang diperjual belikan bermacam-macam dimulai dari pedagang sepatu, pedagang pakaian, pedagang alat-alat rumah tangga, pedagang hijab, dan pedagang aksesoris. Rincian jumlah pedagang dan rata-rata omset yang diterima adalah sebagai berikut:[8]

Tabel 1.1

Data Jenis-Jenis Pedagang Dan Rata-Rata Omset Diterimanya Tahun 2018

No	Jenis Pedagang	Jumlah Dagangan	Rata-rata Omset (Bulan) dalam Rp
1	Pakaian	140 orang	15.000.000,-
2	Hijab	97 orang	14000.000,-
3	Sepatu	115 orang	16000.000,-
4	Alat-alat rumah tangga	20 orang	6000.000,-
5	Aksesoris	20 orang	7000.000,-

Sumber Data: sekretaris P3L

Yang paling dominan dijual disini adalah pakaian.Pakaian yang dijual mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Rincian pakaian yang dijual adalah sebagai berikut :[9]

[8]Observasi langsung

[9]Observasi langsung

Tabel 1.2

Data Pedagang Pakaian Beserta Omset Yang Diterimanya Tahun 2018

Jenis pakaian	Jumlah pedagang	Rata-rata Omset (Bulan)
Pakaian anak-anak	50 orang	7000.000,-
Pakaian remaja	50 orang	16000.000,-
Pakaian dewasa	40 orang	17000.000,-

SumberData : Sekretaris P3L

Di pasar ini jumlah pedagang menetapkan keuntungan terlalu berlebihan kepada konsumen, yang mana barang yang dijual tidak sesuai dengan harga, atau kualitas barang tidak sesuai yang diharapkan.[10]

Disaat sepi pembeli, begitu banyak cara yang dilakukan oleh beberapa pedagang agar produknya tetap laris terjual. Ada yang memilih jalan yang baik dan adapula sebaliknya seperti penjual menjual produk lama tapi penjual tersebut mengatakan produk yang ia jual keluaran baru. Disinilah terjadinya kecurangan padagang terhadap pembeli.

Mengingat terjadinya kecurangan para pedagang diatas maka penulis tertarik untuk membahasnya lebih lanjut proposal yang berjudul***"Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam"***

[10] Observasi secara langsung

B. Identifikasi masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya unsur ketidak adilan pedagang pakaian dalam harga
2. Adanya penipuan produk
3. Kurangnya informasi tentang kualitas
4. Kurangnya informasi tentang mutu
5. Kurang nya pelayanan yang baik dari pedagang

C. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah yaitu Bagaimanakah Penetapan Harga Jual dalam Memperoleh Laba Usaha oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam ?

2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas,maka penulis membatasai penelitian ini pada Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam.

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai untuk mengetahui dan menganalisis Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam.

2. Manfaat penelitian

a. Bagi institusi

Sebagai bahan informasi kepada institusi pendidikan mengenai "Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam"

b. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan literatur keilmuan tentang penetapan harga secara islam dalam suatu pasar dengan judul pembahasan "Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam", sekaligus untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar strata-1 (S1) Ekonomi Islam Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

c. Bagi Bahan Penelitian

Dapat menambah ilmu bagi peneliti dibidang ekonomi islam dan sebagai aplikasi dari ilmu yang diperoleh di perkuliahan serta menambah pengetahuan tentang cara-cara melakukan penelitian

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan informasi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian tersebut

E. Penjelasan Judul

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diambil judul penelitian yang dilakukan adalah "Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam", sebelum melangkah jauh dalam membahas skripsi ini dan untuk menjembatani pemikiran penulis dengan pembaca agar terdapat persamaan pemahaman dalam memahami skripsi ini, maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah yang ditemui dalam skripsi ini yaitu :

Analisis : Penyelidikan terhadap suatu peristiwa atau karangan perbuatan dan sebagainya untuk mengetahui keadaan sebenarnya

Penetapan harga : Menetapkan harga awal untuk sebuah produk dan dimaksudkan untuk memberikan arah untuk pergerakan harga pada daur hidup produk.

Laba Usaha : Perbedaan antara pendapatan yang direalisasikan yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut

Kesimpulan dari judul diatas adalah Penyelidikan terhadap suatu peristiwa atau karangan perbuatan untuk mengetahui keadaan sebenarnyadidalam menetapkan harga awal untuk sebuah produk dan dimaksudkan untuk memberikan arah pergerakan harga pada daur hidup produk tersebut sehingga perbedaan antara pendapatan yang direalisasikan yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut

F. Penelitian terdahulu

Penelitian yang berjudul mekanisme penetapan harga dalam pandangan ekonomi islam di Pekanbaru oleh Kamalia (2011) kesimpulan dari penelitian ini adalah dalam pandangan ekonomi islam harga hanya bisa diatur bila kondisi pasar tidak memungkinkan adanya keadilan bagi kedua belah pihak. Kasus yang terjadi dipelabuhan sungai duku ini yakni menjual diatas harga pasar dengan memanfaatkan situasi disaat pembeli sedang

butuh,hal ini bertentangan dengan etika bisnis dalam islam karena disini terdapat unsur menzalimi salah satu pihak yakni pembeli.

Penelitian yang berjudul mekanisme penetapan harga jual dalam perspektif prinsip-prinsip ekonomi syariah di Cirebon oleh Sovi Nur Aisyah (2015) kesimpulan dari penelitian ini adalah analisis tentang mekanisme penetapan harga jual di Toko Arafah maka dapat disimpulkan bahwa mekanisme penetapan harga nominal yang tidak jelas atau penetapan harga *odd price* di Toko Arafah menggunakan penetapan harga berbasis keadilan,penetapan harga di Toko Arafah sudah sesuai dengan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah karena harga yang ditetapkan tidak mendzalimi pembeli yaitu Toko Arafah mengambil keuntungan dari hasil pembulatan tersebut akan dikumpulkan dan dialihkan untuk dana sosial dengan bekerjasama dengan lembaga Baitul Maal Hidayatullah (BMH) yaitu lembaga sosial amil zakat yang bergerak dalam penghimpunan dana zakat,infak dan sadaqah. Dan penetapan harga *odd price* merupakan titik keseimbangan antara kekuatan penawaran dan permintaan yang disepakati secara rela sama rela oleh penjual dan pembeli.

Penelitian yang berjudul penetapan harga pada industry rumah tangga pembuatan genteng dalam perspektif marketer syariah di Kabupaten Kendal oleh Afidah Aristiani (2015) kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa proses penetapan harga pada industry rumah tangga pembuatan genteng sudah

sesuai dengan prosedur dalam penetapan harga. Karena para pengrajin genteng dalam menetapkan harga dalam berdasarkan ongkos dan biaya produksi. Namun adapula diantara beberapa pengrajin membating harga jual karena keadaan yang memaksa mereka menjualnya.Makelar dan calo (*informal marketer)* sangat mempengaruhi pendapatan para pengrajin diindustri rumah tangga pembuatan genteng.Karena mereka pendapatan yang didapatkan agak kurang maksimal.Karena makelar dan calo memberi harga yang jauh lebih tinggi dan menimbulkan ekspoiltasi kepada konsumennya.

Beda penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian yang sebelumnya adalah pada penelitian ini meneliti Analisis penetapan harga jual dalam mendapatkan keuntungan oleh pedagang pakaian pasar lereng bukittinggi dilihat dari perspektif ekonomi islam

G. Sistematika Penulisan

Supaya penelitian ini terlihat memiliki hubungan yang sama kuat antara keseluruhan pembahasan, maka perlu dibuat sistematika penulisan yaitu :

BAB I :PENDAHULUAN

Pendahuluan terdiri dari Latar belakang,Identifikasi Masalah, Rumusan dan Batasan Masalah, Tujuan dan

Manfaat Penelitian, Penjelasan Judul, dan Sistematika Penulisan

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memuat teori- teori yang relevan yang menjadi acuan dalam penulisan, seperti teori teori yang berkaitan dengan penetapan harga jual untuk memperoleh dalam perspektif ekonomi islam

BAB III : METODE PENELITIAN

Merupakan metodologi penelitian yang didalamnya terdapat pembahasan tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, sumber data, pengumpulan data, teknik analisis data

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang profil pasar yang penulis teliti, anggaran rumah tangga persatuan pedagang pasar lereng P3L dan struktur kepenggurusannya

BAB V :PENUTUP

Merupakan penutup yang didalamnya terdapat kesimpulan dan saran

BAB 11

LANDASAN TEORI

A. Konsep UKM

1. Pengertian usaha kecil menengah(UKM)

Pengertian usaha kecil diIndonesia masih sangat beragam. Menurut Departemen Perindustrian Dan Bank Indonesia mendefenisikan usaha kecil berdasarkan nilai asetnya, yaitu suatu usaha yang asetnya (tidak termasuk tanah dan bangunan) bernilai kurang dari Rp600 juta. Sedangkan departemen perdagangan mendefenisikan usaha kecil sebagai usaha kecil sebagai usaha yang modal kerjanya kurang dari Rp25 juta. Menurut Badan Pusat Statistic (BPS) industry kecil adalah usaha industry yang melibatkan tenaga kerja antara 5 sampai dengan 19 orang. Sedangkan industry rumah tangga adalah usaha industry yang memeperkerjakan kurang dari 5 orang[11]

Menurut Undang-Undang No.20 tahun 2008 yang dimaksud usaha kecil menengah adalah sebagai berikut:

a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan /atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur oleh undang-undang

[11]Nitisusatro, mulyadi,*perilaku konsumen dalam perspektif kewirausahaan,*(Bandung,Alfabeta,2013) hal 67

b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri,yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang buken merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang
c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki,dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana yang diatur undang-undang.

Membangun UKM harusnya menjadi pilihan mutlak bagi pemerintah baik dipusat maupun didaerah. Membangun kemandirian UKM adalah sebuah kewajiban.Ada berapa alasan dan referensi yang mewajibkan kita harus melaksanakannya. Referensi dasar yang mewajibkan UKM ini merupakan perintah Allah SWT.

Dalam Al-Qur'an surat 59 ayat 7

مَّآ أَفَآءَ ٱللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِۦ مِنْ أَهْلِ ٱلْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِى ٱلْقُرْبَىٰ وَٱلْيَتَـٰمَىٰ وَٱلْمَسَـٰكِينِ وَٱبْنِ ٱلسَّبِيلِ كَىْ لَا يَكُونَ دُولَةًۢ بَيْنَ ٱلْأَغْنِيَآءِ مِنكُمْ ۚ وَمَآ ءَاتَىٰكُمُ ٱلرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَىٰكُمْ عَنْهُ فَٱنتَهُوا۟ ۚ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ ۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلْعِقَابِ ﴿٧﴾

Artinya *: apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya.*

Menurut para pakar, disebutkan bahwa Allah SWT melarang berputarnya harta (modal) hanya dikalangan orang-orang kaya saja. Dari ayat kita belajar bahwa aktifitas perekonomian hendaknya melibatkan partisipasi aktif dari kelompok masyarakat menengah- bawah yang nota benenya mayoritas penduduk disuatu Negara,oleh karenanya kita mempunyai kewajiban menolong kaum lemah dinegri ini dengan mengembangkan UKM secara bersama-sama

2. Kriteria UKM

Berdasarkan perkembangannya UKM diindonesia dibedakan menjadi 4 kriteria yaitu :

a. Livelihood activities merupakan usaha kecil menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah yang lebih umumdikenal sebagai sector informal.

   Contohnya adalah pedagang kaki lima

b. Micro enterprise merupakan usaha kecil menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan

c. Small dynamic enterprise merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor

d. Fast moving enterprise merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar[12]

3. Ciri-ciri usaha kecil menengah (UKM)

Ciri-ciri usaha kecil menengah (UKM) adalah sebagai berikut:

a. Bahan baku mudah diperoleh

[12] http://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-starup

b. Menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan alih teknologi

c. Keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun-temurun

d. Bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak

e. Peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserap dipasar local/domestic dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk diekspor

4. Keunggulan dan peluang pengembangan

Pengembangan usaha kecil dan menengah memiliki beberapa keunggulan komparatif terhadap suatu usaha besar.Keunggulan tersebut dilihat dari sisi permodalan, pengembangan usaha kecil memerlukan modal usaha yang relative kecil disbanding usaha besar.

Motivasi usaha kecil akan lebih besar, mengingat hidup dan matinya tergantung kepada usaha satu-satunya. Seseorang dengan survival motive tinggi tentu akan lebih berhasil dibandingkan seseorang yang motivasinya tidak setinggi itu. Selain itu adanya ikatan emosional yang kuat dengan usahanya akan menambah kekuatan para pengusaha kecil dalam persaingan.

Memiliki kemampuan yang tinggi untuk menyesuaikan dengan pola permintaan pasar, bahkan sangup melayani selera

perorangan.Berbeda dengan usaha besar yang umumnya menghasilkan produk masa (produk standar) perusahaan kecil produknya bervariasi sehingga akan mudah menyesuaikan terhadap keinginan konsumen.

Merupakan tipe usaha yang cocok untuk proyek perintisan.Sebagian usaha besar yang ada saat ini merupakan usaha skala kecil yang telah berkembang dan untuk membuka usaha skala besar juga kadang kala diawali dengan usaha skala kecil. Hal ini ditujukan untuk menghindari resiko kerugian yang terlalu besar akibat kegagalan jika usaha yang dijalankan langsung besar, sebab untuk memulai usaha yang langsung skala besar sudah barang tentu diperlukan modal awal yang besar juga[13]

5. Peran UKM dalam perekonomian masyarakat

Dalam pembangunan ekonomi diindonesia ukm selalu digambarkan sebagai sector yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik sector tradisional maupun modern. Peranan usaha kecil tersebut menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembagunan yang dikelola oleh dua departemen, perindustrian dan perdagangan dan departemen koperasi dan

[13] Nitisusanto,mulyadi,*perilaku konsumen dalam perspektif kewirausahaan*,(Bandung :Alfabeta,2013),hal 74

UMKM sangat kecil dibandingkan dengan kemajuan yang sudah dicapai usaha besar

Sampai dengan akhir tahun 2006,jumlah unit UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) diindonesia mencapai angka 48,8 juta unit usaha. Namun demikian, dari jumlah tersebut yang telah memperoleh kredit dari perbankan hanya sekitar 39,06% atau 19,1 juta,sehingga sisanya sejumlah 29,7 juta sama sekali belum tersentuh perbankan

Dengan melihat kondisi diatas akhirnya pemerintah RI mengeluarkan Inpres No 6 tanggal 8 juni 2007 tentang kebijakan percepatan pengembangan sector rill dan pemberdayaan UMKM yang diikuti dengan adanya nota kesepahaman bersama antara departemen teknis perbankan dan perusahaan penjaminan yang ditanda tangani pada tanggal 9 oktober 2007, dengan ditandai peluncuran penjaminan kredit /pembiayaan kepada UMKM

B. Konsep pemasaran

1. Pengertian pemasaran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pemasaran adalah orang atau badan yang terlibat dalam pengalihan, pemilikan, dan penyampaian barang dari produsen kepada konsumen.Pemasaran dianggap juga sebagai proses perencanaan konsep, harga, promosi, dan

pendistribusian ide-ide barang maupun jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu dan tujuan organisasi.[14]

Dalam islam pemasaran adalah strategi bisnis yang harus memayungi seluruh aktifitas dalam perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai dari seorang produsen atau satu perusahaan atau perorangan yang sesuai dengan ajaran islam

Pemasaran islam mengenal istilah "bisikan murni" dan panggilan hati disini muncul aspek kejujuran, empati, cinta, dan kepedulian terhadap sesama. Pemasaran ini memandang bahwa pesaing bukanlah musuh, namun mitra yang harus dijalin hubungan baik dan kemitraannya.Pesaing merupakan mitra sejajar yang mampu memacu kreatifitas dan inovasi perusahaan. Persaingan adalah hal yang baik karena akan turut membesarkan pasar. Pemasaran islam bertujuan untuk mencapai sebuah solusi yang adil dan transparan bagi semua pihak yang terlibat.

Ada empat karakteristik yang terdapat pada pemasaran syariah :

a. Ketuhanan (rabbaniyyah)

Salah satu cirri khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang religious. Seorang syariah marketer meskipun ia tidakmampu melihat Allah ia akan selalu merasa bahwa Allah mengawasinya.

[14]Buchari,alma,*manajemen bisnis syariah,*(Bandung: Alfabeta, 2014)hal 341

Sebagaimana diterangkan dalam Al-quran surat Al-Zalzalah ayat 7-8

فَمَن يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُۥ ۝٧ وَمَن يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُۥ ۝٨

Artinya*: "7. Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya.*

8. dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula."

b. Etis (akhlaqiyyah)

Keistimewaan lain dari syariah marketer adalah menegdepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang mengedepankan nilai-nilai moral dan etika.

c. Realistis(*Al-waqiiyah)*

Pemasaran syariah adalah sesuaidengan kenyataan, tidak mengada-ada apalagi yang menjurus kepada kebohongan

d. Humaistis (*Al-insaniyah)*

Humanisties artinya berkemanusiaan, hormat menghormati sesama.[15]

2. Hal-hal yang mendasar dalam pemasaran

Dalam menjalankan suatu rencana maupun strategi, dibutuhkan hal-hal yang mendasar yang mendukung ketercapaian rencana atau strategi tersebut.Pemasaran ini dijelaskan oleh Allah dalam Al-qur'an surat Al-jumuah ayat 10

فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُواْ فِي ٱلۡأَرۡضِ وَٱبۡتَغُواْ مِن فَضۡلِ ٱللَّهِ وَٱذۡكُرُواْ ٱللَّهَ كَثِيرٗا لَّعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ ١٠

Artinya *: apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.*

Maksud ayat diatas diperjelas oleh Allah bahwa setelah engkau menunaikan urusan akhirat maka tunaikan lah juga dunia untuk kelangsungan hidupmu

[15] Buchari,alma,*manajemen bisnis syariah,*(Bandung: Alfabeta, 2014)hal 350-351

Demikian juga halnya dengan pemasaran hal-hal yang mendasar dalam pemasaran adalah sebagai berikut:

a. Product (produk)

   Produk adalah barang atau jasa yang didesain sedemikian rupa dengan tujuan untuk dipasarkan guna memuaskan kebutuhan dan keinginan

b. Jasa

   Jasa adalah setiap kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak terlihat wujudnya dan tidak mengakibatkan seseorang memiliki sesuatu

c. Nilai, budaya, dan kepuasan

   Konsep dasar yang berlaku disini adalah nilai pelanggan atau custumer value

d. Pertukaran ,transaksi, dan hubungan

   Pertukaran merupakan cara untuk memperoleh sesuatu baik itu produk maupun jasa yang diinginkan dari seseorang atau lembaga dengan menawarkan sesuatu sebagai gantinya

e. Pasar

   Pasar ini terdiri dari seluruh pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan dan keinginan tertentu

3. Ruang Lingkup Pemasaran

Dalam berbagai literature banyak sekali dibahas materi pemasaran yang antara lain mencakup:

a. Fenomena kehidupan masyarakat dilihat dari segi kebutuhan serta keinginan beraneka ragam
b. Lingkungan yang mempengaruhi pemasaran, adalah lingkungan demografi, lingkungan ekonomi, lingkungan alam, lingkungan teknologi, lingkungan politik dan lingkungan sosial budaya
c. Membangun kepuasan pelangan, melalui penekanan pada mutu produk, pelayanan,dan memberikan nilai pelanggan yang superior
d. Sistem informasi pasar, dalam rangka menaganalisa peluang pasar, mengambil keputusan pemasaran dengan menggunakan hasil riset pemasaran
e. Menganalisa konsumen dan perilaku pembeli, memelihara langganan dan munculnya loyalitas pelanggan.[16]

4. Faktor yang digunakan dalam konsep pemasaran

Beberapa faktor yang penting yang digunakan sebagai dasar dalam konsep pemasaran :

a. Orientasi konsumen

[16] Buchari, alma*pengantar bisnis(*Bandung:Alfabeta ,2015) hal 286-287

Pada intinya, jika suatu perusahaan ingin menerapkan orientasi konsumen ini maka, :

1) Menentukan kebutuhan pokok dari pembeli yang akan dilayani terpenuhi
2) Memilih kelompok pembeli tertentu sebagai sasaran penjualan
3) Menentukan produk dan program pemasaran
4) Mengadakan penelitian pada konsumen untuk mengukur, menilai dan menafsirkan keinginan sikap serta tingkah laku mereka
5) Menentukan dan melaksanakan strategi yang paling baik seperti menitik beratkan pada mutu yang tinggi, harga yang murah dan model yang menarik

b. Koordinasi dan integrasi dalam perusahaan

Untuk memberikan kepuasaan secara optimal kepada konsumen, semua elemen pmasaran yang harus ada diintegrasikan

Menentukan laba melalui pemuasan konsumen

5. Strategi pemasaran yang efektif

Dalam menyusun strategi pemasaran untuk usaha kecil, perlu diperhatikan beberapa hal :

a. Konsistensi

   Konsitensi dibutuhkan pada semua area marketing. Tujuannya agar dapat membantu mengurangi biaya marketing serta meningkatkan efektivitas penciptaan merek

b. Perencanaan

   Dalam menjalankan konsep marketing untuk usaha kecil maka perlu perencanaan yang matang agar memperoleh banyak pelanggan

c. Strategi

   Strategi adalah dasar bagi kelanjutan kegiatan marketing yang telah direncanakan sebelumnya seperti menyusun rencana siapa target pasar, bagaimana cara membidik pelanggan, serta bagaumana cara mempertahankan pelanggan

d. Target pasar

   Defenisi secara tepat pangsa pasar apa yang sedang dituju

e. Anggaran

   Ini merupakan paling berat sebab membutuhkan tingkat keakuratan yang tepat dalam menghitung anggaran marketing yang dibutuhkan[17]

[17] Sonny,sumarsono,*ekonomi mikro*(Yogyakarta:Graha illmu,2007)hal 298-299

C. Konsep harga

1. Pengertian harga

Harga dalam Kamus Bahasa Indonesia berarti nilai suatu barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang.Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya ini dikemukakan oleh William J. Stanton terjemahan Yamanto.

Harga adalah apa yang dibebankan untuk sesuatu. Setiap transaksi dagang dapat diangap sebagai suatu pertukaran uang, uang adalah harga untuk sesuatu[18].

Harga menurut islam adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain . Ibn taimiyah mendefenisikan harga yang adil adalah kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara[19]

Sesuai dengan hadis Rasullah

مُبَادَلَةُ مَالٍ بِمَالٍ عَلَى سَبِيْلِ التَّرَاضِى أَوْ نَقْلُ مِلْكٍ بِعَوْضٍ عَلَى

[18]Laksana ,fajar,*Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta :Graha Ilmu, 2008) hal 105
[19]Stephan rinaldy, *Ekonomi Islam(*Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2011) hal 331-332

Artinya*: "Pertukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang dibolehkan*."(HR.Bukhari dan Muslim)

Maksud hadis diatas bahwa dalam penetapan harga harus ada saling kerelaan bukan karena keinginan yang menguntungkan satu pihak yang mana pihak lain jadi terugikan

Melihat sejarah dan praktek perdagangan yang diajarkan Rasulullah SAW jelaslah bahwa dalam islam, harga sesungguhnya menjadi bagian yang tidak boleh diintervensi. Hal ini sebagai upaya dalam membentuk harga yang adil (*qimah al adl)* yang sesuai dengan kekuatan permintaan dan penawaran dipasar.[20]

Dalam konsep islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya, yaitu keadaan dimana salah satu pihak senang diatas kesedihan pihak lain.[21]

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang islami.

[20] Sumari'in,*ekonomi islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) hal 176
[21]Adiwarman karim ,*Ekonomi mikro islami(*Jakarta : Pt Raja Grafindo Persada 2007) hal 152

Sesuai dengan firman Allah Swt terdapat dalam al-qur'an An-Nisaa' ayat 29

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

Artinya :"*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."*

Dari ayat diatas terlihat jelas ketegasan allah dalam larangan memakan harta secara bathil,tapi lakukan secara suka sama suka

Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan. Allah melarang manusia memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil yaitu tidak sesuai dengan hukum syar'

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 setara dengan harga yang dibayarkannya.[22]

Ibnu taimiyah ketika menjelaskan harga yang adil selalu menghubungkan dengan dua hal:

1. Kompensasi yang setara

   Diukur sesuai dengan kuantitas dari obyek khusus yang digunakan secara umum. Kompensasi yang adil didasarkan atas analogi dan taksiran suatu barang dengan barang lain yang setara

2. Harga setara

   Harga setara adalah harga yang sesuai keinginan. Dengan kata lain harga yang diperoleh melalui kekuatan pasar yang berjalan secara bebas antara permintaan dan penawaran.

Dengan demikian, harga yang adil akan terwujud bila pasar berjalan sesuai dengan mekanismenya. Artinya tingkat harga yang berlaku dipasar benar-benar berasal dari kekuatan penawaran dan permintaan

2. Penetapan harga

Jenis-jenis penetapan harga terbagi atas dua yaitu :

[22]Sumar'in,*Ekonomi Islam*(*sebuah pendekatan ekonomi mikro perspektif islam),*(Jakarta:Graha llmu,2013) hal 176-177

a. Penetapan harga diatas harga pasar

Kebijakan ini menetapkan harga pada suatu tingkat diatas harga pasar.Hal ini dilakukan biasanya untuk melindungi produsen dari harga yang terlalu rendah sehingga tidak memperoleh margin keuntungan yang memadai (bahkan merugi). Harga yang terjadi atas kekuatan pasar dipandang tidak menguntungkan produsen sehingga harus dinaikan oleh pemerintah

b. Penetapan harga dibawah harga pasar

Mekanisme kebijakan ini merupakan kebalikan dari kebijakan sebelumnya, dimana pemerintah menetapkan harga lebih rendah dari pada harga pasar.Alasan yang umum dalam mengambil kebijakan ini adalah untuk melindungi konsumen dari harga yang terlalu tinggi.[23]

Kesimpulan dari penetapan harga diatas adalah bahwa harga ditetapkan agar melindungi konsumen dari harga yang terlalu tinggi tetapi sebenarnya yang boleh menetapkan harga hanya Allah Swt

Sesuai hadis Rasullulah

بَلْ اللهُ يَخْفِضُ وَيَرْفَعُ

[23]Stephan rinaldy, *Ekonomi Islam(*Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2011) hal 337-338

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

Jadi sebagai umat muslim kita harus berpegang teguh dengan Al-quran dan hadis agar selalu menaati perintahnya

3. Metode penetapan harga

Didalam menetapkan harga, terdapat berbagai macam metode.Metode mana yang digunakan, tergantung kepada tujuan penetapan harga yang dicapai.Penetapan harga biasanya dilakukan dengan menambah persentase diatas nilai atau besarnya biaya produksi bagi usaha manufaktur, dan diatas modal atas barang dagangan bagi usaha dagang.Sedangkan dalam usaha jasa, penetapan harga biasanya dilakukan dengan memperhitungkan biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memberikan layanan kepada pengguna jasa.

Menurut Fandy Tjiptono, metode penetapan harga dikelompokan menjadi empat macam berdasarkan basisnya, yaitu berbasis permintaan, biaya, laba, dan persaingan

a. Metode penetapan harga berbasis permintaan

Metode ini lebih menekankan faktor- faktor yang mempengaruhi selera dan prefensi pembeli dari pada faktor-faktor biaya, laba, dan persaingan. Permintaan pembeli sendiri didasarkan

pada bebagai pertimbangan, diantaranya yaitu; kemampuan para pembeli untuk membeli (daya beli), manfaat yang diberikan produk kepada pembeli, harga produk-produk substitusi, pasar potensial bagi produk tersebut, sifat persaingan non harga, perilaku konsumen secara umum, segmen- segmen dalam pasar.

b. Metode penetapan berbasis biaya

Dalam metode ini faktor penentu harga yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya- biaya langsung, biaya overhead dan laba

c. Metode penetapan harga berbasis laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi

d. Metode penetapan harga berbasis persaingan

Selain berdasarkan kepada pertimbangan biaya, permintaan atau laba harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing.

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga terhadap permintaan dan penawaran

a. permintaan

Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakkan pasar.Istilah yang digunakan ibnu taimiyah untuk menunjukan permintaan ini adalah keinginan.[24]

Dalam kitab fatwanya ibnu taimiyah menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu:

a) Keinginan masyarakat (al-raghabah)terhadap barang- barang seringkali berbeda-beda
b) Jumlah orang yang meminta (demander / tullah) juga mempengaruhi harga
c) Harga juga akan dipengaruhi oleh kuat atau lemahnya kebutuhan terhadap barang-barang itu , selain juga besar dan kecilnya permintaan
d) Harga juga akan bervariasi menurut kualitas pembeli barang tersebut (al-muwa'id) [25]

[24]Stephan rinaldy, ekonomi islam(Jakarta:pt raja grafindo persada,2011) hal 312
[25]Abdul Aziz,*Ekonomi islam analisis mikro dan makro (*Yogyakarta : Graha ilmu 2008) hal 173

Harga memiliki beberapa faktor yang menimbulkan besar-kecilnya kepekaan terhadap permintaan harga yaitu:

1. Pengaruh keunikan, semakin unik sebuah produk, semakin berkuranglah kepekaan pembeli terhadap harga
2. Pengaruh kesadaran adanya pengganti,semakin rendah kesadaran pemebeli tentang adanya pengganti, semakin berkuranglah kepekaan mereka terhadap harga
3. Pengaruh sulitnya membandingkan, semakin sulit pembeli untuk membandingkan, semakin sulit pembeli membandingkan mutu produk-produk pengganti, semakin kuranglah kepekaan mereka terhadap harga
4. Pengaruh jumlah total pengeluaran, semakin rendah jumlah total pengeluaran untuk membeli suatu produk dalam rasio terhadap penghasilan pembeli, semakin berkuranglah kepekaan pembeli terhadap harga
5. Pengaruh manfaat akhir, semakin rendah pengeluaran dibandingkan dengan biaya total produk akhir, semakin berkuranglah kepekaan pembeli terhadap harga
6. Pengaruh biaya bersama, jika sebagian biaya untuk membeli sebuah produk ditanggung oleh pihak lain, kepekaan pembeli terhadap harga berkurang

7. Pengaruh investasi tergabung, kepekaan pembeli terhadap harga berkurang bila produk tadi digunakan dalam hubungannya dengan aktiva yang telah ditanamkan sebelumnya
8. Pengaruh mutu harga, kepekaan pembeli terhadap harga berkurang jika produk dianggap bermutu, lebuh bergengsi dan lebih ekslusif
9. Pengaruh sediaan, kepekaan pembeli terhadap harga berkurang jika mereka tidak dapat menyimpan produk tersebut [26]

Permintaan ini diatur oleh allah dalam Al-quran surat Al-isra' ayat 26-27

وَءَاتِ ذَا ٱلْقُرْبَىٰ حَقَّهُۥ وَٱلْمِسْكِينَ وَٱبْنَ ٱلسَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ ٱلْمُبَذِّرِينَ كَانُوٓا۟ إِخْوَٰنَ ٱلشَّيَٰطِينِ ۖ وَكَانَ ٱلشَّيْطَٰنُ لِرَبِّهِۦ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya:*26.Berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.*

27.Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

b. Penawaran

Permintaan terhadap suatu barang dan jasa yang tidak disertai dengan penawaran barang dan jasa tidak dapat mewujudkan transaksi dipasar. Permintaan baru dapat dipenuhi apabila produsen atau penjual

[26]Laksana fajar,*Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta :Graha Ilmu, 2008) hal 108-109

menyediakan barang-barang maupun jasa yang diperlukan oleh konsumen tersebut.

Jadi penawaran dapat diartikan berbagai kuantitas suatu barang tertentu dimana seorang penjual bersedia menawarkan barang atau jasanya pada berbagai tingkat harga[27]

Penawaran ini ditegaskan oleh allah dalam Al-quran surat luqman ayat 20

أَلَمۡ تَرَوۡاْ أَنَّ ٱللَّهَ سَخَّرَ لَكُم مَّا فِي ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَمَا فِي ٱلۡأَرۡضِ وَأَسۡبَغَ عَلَيۡكُمۡ نِعَمَهُۥ ظَٰهِرَةٗ وَبَاطِنَةٗۗ وَمِنَ ٱلنَّاسِ مَن يُجَٰدِلُ فِي ٱللَّهِ بِغَيۡرِ عِلۡمٖ وَلَا هُدٗى وَلَا كِتَٰبٖ مُّنِيرٖ ٢٠

Artinya*: Tidakkah kamu perhatikan Sesungguhnya Allah telah menundukkan untuk (kepentingan)mu apa yang di langit dan apa yang di bumi dan menyempurnakan untukmu nikmat-Nya lahir dan batin. dan di antara manusia ada yang membantah tentang (keesaan) Allah tanpa ilmu pengetahuan atau petunjuk dan tanpa kitab yang memberi penerangan.*

Dalam khasanah pemikiran ekonomi islam klasik, pasokan (penawaran) telah dikenali sebagai kekuatan penting dipasar. Ibn taimiyah, misalnya, mengistilahkan penawaran ini sebagai ketersediaan barang dipasar.

[27]Akhmad, ekonomi mikro, (teori dan aplikasi didunia usaha)(Yogyakarta:cv andi offset) hal 35-36

Terdapat 2 keuntungan dalam islam

a. Maslahah

Pengaruh maslahah terhadap penawaran pada dasarnya akan tergantung pada tingkat keimanan dari produsen. Jika jumlah maslahah yang terkandung dalam barang yang diproduksi semakin meningkat maka produsen muslim akan memperbanyak jumlah produksinya, ceteris paribus. Produsen dengan tingkat keimanan yang 'biasa' kemungkinan akan menawarkan barang dengan kandungan berkah minimum. Dalam kondisi seperti ini, jika barang atau jasa yang ditawarkan telah mencapai kandungan berkah minimum, maka produsen akan mengangapnya sudah baik sehingga pertimbangan penawaran selanjutnya akan didasarkan pada keuntungan

Maslahah ini terdapat dalam Al-qur'an surat Al-isra' ayat 19

وَمَنْ أَرَادَ ٱلْآخِرَةَ وَسَعَىٰ لَهَا سَعْيَهَا وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُو۟لَٰٓئِكَ كَانَ سَعْيُهُم مَّشْكُورًا ﴿١٩﴾

Artinya: "*Barangsiapa yang menghendaki kehidupan akhirat dan berusaha kearah itu dengan sungguh-sungguh sedang ia adalah mukmin,Maka mereka itu adalah orang-orang yang usahanya dibalasi dengan baik*"

Maksud dari ayat diatas adalah jika orang beriman ingin kehidupan akhirat lebih baik maka hendaklah dia bersungguh-sungguh dalam kebaikan

b. Keuntungan

Keuntungan merupakan bagian dari *maslahah* Karena ia dapat mengakumulasi modal yang pada akhirnya dapat digunakan untuk berbagai aktivitas lain. Dengan kata lain, keuntungan akan menjadi tambahan modal guna memperoleh *maslahah* lebih besar lagi untuk *falah*[28]

Faktor- faktor yang mempengaruhi keuntungan adalah sebagai berikut:

a. Harga barang

Faktor pertama yang menentukan keuntungan adalah harga itu sendiri. Peran dari harga barang dalam menentukan penawaran telah lama dikenal oleh pemikir ekonomi islam klasik. Jika harga barang naik, maka jumlah keuntungan per unit akan naik juga.

b. Hal ini kemudian akan meningkatkan keuntungan total dan akhirnya mendorong produsen untuk menaikan jumlah penawarannya. Sebaliknya, jika harga turun maka produsen akan

[28] Stephan rinaldy,ekonomi islam(Jakarta: pt raja grafindo persada) hal 318

cendrung mengurangi penawarannya sebab keuntungan yang diperoleh juga akan turun

c. Biaya produksi

Biaya produski jelas menentukan tingkat keuntungan sebab keuntungan adalah selisisih antara penerimaan dengan biaya. Jika biaya turun maka keuntungan produsen/ penjual akan meningkat yang seterusnya akan mendorongnya untuk meningkatkan jumlah pasokan kepasar.

Sebaliknya jika biaya naik, maka keuntungan produsen/penjual juga akan menurun yang seterusnya akan mendorong produsen/penjual untuk menurunkan jumlah pasokan kepasar.

5. Mekanisme pasar yang membentuk harga

Membahas mekanisme pasar berarti membahas tentang harga, turun dan naiknya harga sebagai akibat dari permintaan dan penawaran.Permintaan dan penawaran adalah dua kekuatan yang saling tarik menarik sehingga membentuk sebuah komunitas yang disebut dengan komunitas pasar.

Bila permintaan dan penawaran berjalan dengan normal maka pasar akan stabil tetapi bila sebaliknya maka pasar akan rusak. Artinya, tercipta mekanisme pasar sangat bergantung sejauh mana keamanan proses

transaksi yang terjadi dipasar. Selanjutnya untuk mengukur kondisi pasar hal ini dapat dilihat dari harga yang tercipta dipasar tersebut.

Mekanisme pasar merupakan sistem yang cukup efisien dalam memberlakukan harga yang adil dan bahkan untuk mengalokasikan faktor-faktor produksi dan mendorong kegiatan ekonomi.Hal ini disebabkan karena mekanisme pasar memiliki beberapa kelebihan.[29]

Disamping kelebihan-kelebihan itu, mekanisme pasar juga memiliki beberapa kelemahan, seperti adanya kebebasan yang tidak terbatas akan menindas golongan-golongan tertentu, kegiatan ekonomi tidak stabil, munculnya kekuatan monopoli, tidak mampu menyediakan beberapa jenis barang secara efisien serta dampak eksternalisasi yang merugikan. Salah satu kelemahan mekanisme pasar yaitu monopoli. Islam dengan tegas melarang praktik monopoli dan semua cara kepalsuan untuk mendongkrak harga demi memperbesar keuntungan.

Mekanisme pasar memiliki arti khusus dalam sistem ekonomi islam. Teori harga dalam islam melarang setiap bentuk pemerasan, baik dari pihak produsen maupun konsumen. Oleh karena itu, bentuk pemerasan dalam mekanisme pasar dalam islam merupakan bentuk perbuatan tercela,bukan saja pada dimensi duniawi tapi juga ukhrawi

[29]Abdul aziz,*Ekonomi islam(analisis mikro dan makro)(yogyakarta: graham ilmu 2008) hal 115*

Sesuai dengan hadis Rasulullah SAW

إِنَّ اللهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُوْ أَنْ أَلْقَى اللهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلِمَةٍ فِي دَمٍ وَلاَ مَالٍ

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

Maksud hadis diatas adalah allah adalah adalah zat yang menetapkan harga dan yang pemberi rezeki, jadi walaupun kita menetapkan harga sesuai dengan perintah allah maka ada jalan rezeki yang diberikan oleh allah.

Islam memandang bahwa mekanisme pasar setidaknya harus dapat

1. Menyelasaikan masalah ekonomi,produksi dan distribusi secara merata sebagai tujuan mekanisme pasar
2. Para konsumen berprilaku sesuai dengan ajaran islam
3. Campur tangan Negara diperlukan sejauh bermanfaat bagi kepentingan banyak dan melindungi kepentingan umum[30]

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mekanisme pasar dalam islam setidaknya mengandung unsure-unsur berikut:

[30]Abdul aziz,*Ekonomi islam(analisis mikro dan makro)(yogyakarta: graha ilmu 2008) hal 117*

1. Membantu memecahkan persoalan penting ekonomi dalam bidang produksi, distribusi, dan konsumsi
2. Konsumen perlu bersikap islami agar tercapai tujuan diatas
3. Campur tangan Negara dimaksud untuk melengkapi atau menggantikan mekanisme pasar agar keterlibatan para pengusaha / produsen tidak semena-mena dalam menentukan harga [31]

D. Konsep Laba Usaha

1. Pengertiaan dan karakteristik laba

Laba atau *profit* adalah penerimaan bersih seseorang, baik berupa uang kontan atau natura. Tujuan utama unit usaha adalah untuk memperoleh laba atau keuntungan.Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut.[32]

Laba yang diperoleh perusahaan adalah selisih antara pendapatan dan biaya, jadi pendapatan dan biaya, jadi pendapatan dan biaya merupakan element-element yang dipergunakan untuk mencari besarnya laba,element-element ini dikelompokan untuk membrikan pengukuran laba yang berbeda-beda, yaitu : laba bruto merupakan

[31]Abdul aziz,*Ekonomi islam(analisis mikro dan makro)(yogyakarta: graham ilmu 2008) hal 117*

[32]Walther Nicholson, *Teori Ekonomi Mikro 1*,(Jakarta, Rajawali ,1991)Hal 283

selisih dari penjualan dengan harga pokok penjualan. Laba usaha, merupakan selisih antara laba bruto dengan laba usaha.Laba sebelum pajak adalah hasil penambahan laba usaha dengan beban-beban dan pendapatan lain-lain. Laba bersih adalah laba setelah dikurangi pajak penghasilan[33]

Pengertian laba menurut Al-Qur'an, sunah dan pendapat para ulama fiqh dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan laba adalah pertambahan pada modal pokok perdagangan atau dapat juga dikatakan sebagai tambahan nilai yang timbul karena barter atau ekspedisi dagang.

Laba memiliki beberapa karakteristik antara lain sebagai berikut :[34]

a. Laba didasarkan pada transaksi yang benar-benar terjadi
b. Laba didasarkan pada postulat periodisasi, artinya merupakan prestasi unit usaha pada periode tertentu
c. Laba didasarkan pada prinsip pendapatan yang memerlukan pemahaman khusus tentang definisi, pengukuran dan pengakuan pendapatan
d. Laba memerlukan pengukuran tentang biaya dalam bentuk biaya historis yang dikeluarkan unit usaha untuk mendapatkan pendapatan tertentu

[33]Muhamad Gade, *Teori Akuntasi (Jakarta: Almahira,* 2005) hal 60
[34]Muhamad gade, *teori akuntansi* (jakarta: Almahira, 2005) hal 61

e. Laba didasarkan pada prinsip penandingan antara pendapatan dan biaya yang relevan dan berkaitan dengan pendapatan tersebut

Secara teoritis laba atau keuntungan adalah kompensasi atas resiko yang ditanggung oleh unit usaha.Makin besar resiko, keuntungan yang diperoleh harus semakin besar. Laba atau keuntungan adalah nilai penerimaan total unit usaha dikurang total yang dikeluarkan unit usaha. Unit usaha dikatakan untung, apabila selisih antara pendapatan dan total biaya bernilai positif atau lebih besar

2. Aturan Tentang Laba Dalam Islam

Aturan laba dalam konsep islam adalah sebagai berikut:

a. Adanya harta atau uang yang dikhususkan untuk perdagangan
b. Menoperasikan modal itu secara interaktif dengan dasar unsur-unsur yang terkait untuk produktif, seperti usaha dan sumber-sumber alam
c. Memposisikan harta sebagai objek dalam pemutarannya karena adanya kemungkinan-kemungkinan atau pengurangan jumlahnya
d. Modal pokok dapat dikembalikan

3. Sumber dari laba ekonomi

Hal utama yang mendorong seseorang untuk memasuki dunia usaha adalah untuk memperoleh laba ekonomis.Sedangkan hal yang mendorong pelaku usaha untuk mundur dari usaha adalah kerugian ekonomis yang mereka alami.[35]

Laba merupakan pembayaran kepada keahlian keusahawanan yang disediakan oleh para pengusaha. Keahlian keusahawaan tersebut akan digunakan untuk membuat keputusan-keputusan dalam dalam menentukan barang apa yang perlu diproduksi dan dijual kepasar, dan berapa banyaknya. Dan menentukan cara memproduksi yang terbaik. Dengan demikian dengan menggunakan keahlian keusahawanan yang dimiliki, fungsi para pengusaha dalam proses produksi adalah menentukan cara yang paling efisien dalam menyediakan barang yang dibutuhkan masyarakat. Apabila usaha mereka berhasil mereka akan memperoleh keuntungan ekonomi[36]

4. Batasan-Batasan Penentuan Laba Dalam Islam

Dalam teori akuntasi konvensional tidak satupun pendapat yang tegas dapat diterima tentang batas-batas dalam penentuan laba. Dalam konsep islam, nilai-nilai keimana dan tingkah laku seorang pedagang muslim memegang peranan utama dalam memepengaruhi

[35] Miller Roger Leroy ,*Teori Mikroekonomi Intermedia,(*Jakarta:Grafindo Persada,2000) hal 376

[36]Sadono Sukirno,*Mikro Ekonomi(*Jakarta PT Grafindo Persada 2000) Hal 387

penentuan kadar laba dan transaksi. Kriteria laba yang dapat memberikan pengaruh dalam perekonomian adalah:[37]

a. Kelayakan dalam penetapan laba, islam menganjurkan agar para pedagang tidak berlebih-lebihan dalam mengambil laba
b. Keseimbangan antara kesulitan dan laba, islam menghendaki adanya keseimbangan antara standar laba dan tingkat Skesulitan perantara serta perjalanan modal. Semakin tinggi tingkat kesulitan dan resiko, maka semakin besar laba yang diinginkan oleh pedagang
c. Masa perputaran modal, semakin panjang masa perputaran modal dan bertambahnya resiko, maka semakin tinggi pula standar laba yang diinginkan oleh pedagang dan begitu juga sebaliknya

Sesuai firman Allah SWT yang terdapat dalam Al-qur'an surat Al-Baqarah ayat 16

أُوْلَٰٓئِكَ ٱلَّذِينَ ٱشْتَرَوُا۟ ٱلضَّلَٰلَةَ بِٱلْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَت تِّجَٰرَتُهُمْ وَمَا كَانُوا۟ مُهْتَدِينَ ﴿١٦﴾

Artinya :*Mereka Itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, Maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk.*

[37]Isnaini harahap,dkk,*hadis-hadis ekonomi (*jakarta: kencana 2017) hal 102-103

Maksud ayat diatas adalah bahwa tidak ada keuntungan bagi seseorang jika dalam mengambil laba terdapat kecurangan atau kesesatan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yang bersifat kualitatif yaitu mengumpulkan dan menggambarkan data yang diperoleh dilapangan dari hasil penelitian dan mengamati semua yang berkaitan dengan masalah yang terdapat di dalam penelitian.[38]

Sifat penelitian ini adalah Deskriptif-Analisis, yaitu menggambarkan dan menganalisis Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Lereng Bukittinggi, karena disanalah terdapat banyak pedagang pakaian yang berdagang pakaian

[38]Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan Penelitian Gabungan,(*Jakarta: kencana, 2014) hal 328-329

b. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada hari dimana pasar tersebut beraktivitas.Waktu penelitian yang dilaksanakan 23 juli 2018 sampai dengan selesainya penelitian ini.

C. Data dan sumber Data

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek yang akan diteliti tentang permasalahan yang akan dibahas. Dalam penelitian ini data primer yang diperoleh dari observasi dan wawancara terhadap pedagang di Pasar Lereng Bukittinggi

b. Data Skunder

Data sekunder yaitu data pendukung bagi data primer yang diperoleh dari bahan-bahan literature seperti dokumen-dokumen serta laporan-laporan dan keperpustakaan lainnya yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam proposal ini.[39]

D. Informan penelitian

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan tentang situasi dan kondisi pada analisis penetapan harga jual dalam mendapatkan keuntungan oleh pedagang pakaian dipasar Lereng

[39]Sugiono, *metodepenelitianBisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014)hal 156

Bukittinggi dilihat perspektif ekonomi islam. Dalam penelitian kualitatif ini, sumber data diposisikan sebagai narasumber atau pemilik informasi, sekaligus sebagai subjek yang akan diteliti. Yang menjadi informan adalah Pedagang pakaian Pasar Lereng

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data dari penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Adapun jenis observasi yang peneliti gunakan untuk mendapatkan data yang diperlukan guna mengetahui tujuan peneliti ini adalah datang dan langsung mengamati apa yang sebenarnya terjadi dilapangan. Hal hal atau data yang terkait dengan judul, penulis tulis dan dijadikan sebagai catatan lapangan.[40]

b. Wawancara (*Interview)*

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu.Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan

[40]Lexy J . Maleong,*MetodelogiPenelitian Kualitatif(*Bandung Alfabeta, 2015) hal 36

pertayaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara dalam bentuk wawancara bebas terpimpin yaitu dalam melaksanakan wawancara peneliti membawa pedoman yang hanya merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan dipertanyakan tersebut diperdalam.[41]

F. Teknik Analisi Data

Dalam pelaksanaan penganalisaan penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan analisa deskriptif, membandingkan teori yang dipelajari dengan kenyataan yang ditemukan dilapangan.Data yang muncul berupa data data yang tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang diamati dan diproses melalui catatan, kemudian disusun dengan teks yang diperluas.

Data-data yang sudah terkumpul akan dianalisis dengan beraturan yang terdiri dari:[42]

a. Pengumpulan data sekaligus reduksi data

Setelah pengumpulan data selesai, dilakukan reduksi data yaitu menggolongkan, mengarahkan dan membuang data yang tidak perlu.

[41]Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan Penelitian Gabungan,(*Jakarta: kencana, 2014) hal 372

[42]Jonathan sarwono*, metode penelitian kuantitatif dan kualitatif (*Yogyakarta:graham ilmu) hal 135-137

b. Penyajian data

Data yang direduksi disajikan dalam bentuk narasi yang berdasarkan hasil wawancara dan catatan lapangan.

c. Penarikan kesimpulan

Mencakup verifikasi atas kesimpulan terhadap data yang dianalisis agar lebih rinci dan mengakar dengan kokoh, kesimpulan yang didapat selama penelitian dihasilkan dengan cara memikir ulang selama penulisan, meninjau kembali catatan lapangan, dan bertukar pikiran dengan pembimbing skripsi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Monografi Pasar Lereng Bukittinggi

Kota bukittinggi adalah salah satu kota yang ada di Sumatra Barat, luasnya hanya 0,06% dari luas propinsi Sumatra Barat. Kota Bukittinggi terletak pada serangkaian Bukit Barisan yang membujur sepanjang pulau Sumatera, dan dikelilinggi oleh dua Gunung berapi, yaitu Gunung Singgalang dan Gunung Merapi. Kota ini berada di ketinggian 909.941 meter diatas permukaan laut dan memiliki hawa yang cukup sejuk dengan suhu berkisar antara 16,1-24,9 ^{o}C. Total wilayah Kota Bukittinggi saat ini adalah 25,24 KM^{2}

Kota Bukittinggi ini memiliki bukit-bukit dan lembah, beberapa bukit tersebut dalam wilayah pekotaan, diantaranya bukit Ambacang, bukit Mandiangin, bukit Campago, bukit Canggang, dan sebagainya. Selain itu terdapat lembah yang dikenal dengan Ngarai Sianok dengan kedalaman yang bervariasi antara 75-110 M, yang didasarnya mengalir sebuah Sungai Batang Masang.

Kota Bukittinggi terletak dalam lingkaran wilayah Kabupaten Agam, yang mempunyai batasan sebelah selatan berbatasan dengan Nagari Gadut dan

Nagari Kapau (Kecamatan Tilatang Kamang). Sebelah barat berbatasan dengan Nagari Sianok, Nagari Guguak dan Nagari Koto Gadang (kecamatan IV koto). Sebelah timur berbatasan dengan Nagari IV Angkek (Kecamatan IV angkek).

Kota Bukitinggi popular dengan sebutan kota Jam Gadang. Jam Gadang adalah jam besar yang menjadi symbol sekaligus pusat keramaian kota Bukittinggi. Dari menara tempat berdirinya jam gadang inilah kegiatan wisata dan belanja bisa dimulai.

Sejak semula memang kota Bukittinggi dimaksudkan sebagai kota perdagangan, pada mulanya transaksi dipasar dilakukan secara tukar menukar barang dan pada tahun 1825 mulai dilakukan perdagangan dengan menggunakan mataung yang pada itu disebut dengan Pitih Garih. Tahun 1830 adalah tahun yang sangat penting dalam sejarah perdagangan di Bukittinggi yaitu ditandai dengan:

a. Penyerahan tanah dimana terletaknya pasar oleh penghulu- penghulu Kurai kepada Gubernur Belanda untuk dipakai sebagai tembok perdagangan yaitu semua bukit-bukit yang dikelilinggi jalan Bambulan, Tembok, Aur Tajungkang, Kebun Bunga (kebun binatang sekarang)
b. Penghasilan pasar pada saat itu dipergunakan untuk perbaikan pasar juga dibagikan kepada wilayah- wilayah nagari Agam Tuo yang anak nagarinya

ikut memperbaiki pasar. Kemudian berdasarkan UU no.22 tahun 1948 tentang pokok-pokok pemerintahan didaerah dan ketetapan Gubernur Militer Sumatra Tengah no.167/GM/stg/ket-1949, tanggal 7 desember 1949, maka pasar sebagai tempat perdagangan di Bukittinggi, penguasaan sepenuhnya berada pada Pemerintahan Praja Kota Bukittinggi sampai sekarang yang disebut dengan Pemerintahan Kota Bukittinggi

Dan kota bukittinggi memiliki 4 pasar pendukung yang sangat menunjang kegiatan ekonomi masyarakat kota bukittinggi, yaitu pasar atas, pasar lereng, pasar bawah, dan pasar aur kuning.

Pasar lereng lebih dikenal dengan labuah lereng, pasar adalah tempat berlangsungnya jual beli barang dan jasa untuk semua kalangan masyarakat.Pasar juga merupakan salah satu fasilitas pembelanjaan yang selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat penting dalam kehidupan masyarakat. Begitu juga bagi masyarakat di kota bukittinggi, pasar bukan sekedar tempat bertemunya penjual dan pembeli. pasar juga wadah interaksi sosial dan refresentasi nilai-nilai tradisional. Oleh karena itu peranan pasar sangat penting dalam membangun perekonomian masyarakat bukittinggi.

Pasar lereng berada diantara pasar atas dan pasar bawah tepatnya berada dikecamatan Guguak Panjang dan kelurahan Benteng pasar atas

Terbentuknya pasar lereng atau labuah lereng karena pada tahun 1980 tidak adanya pasar maka labuah lereng ini dimanfaatkan.

Pasar ini dulu belum terlalu terkenal tetapi karena ada dibangunnya prasasti maka diakuilah sejarah berdirinya pasar lereng ini Pasar ini merupakan perlintasan jalan atau jalan penghubung antara pasar atas dan pasar bawah, karena digunakan sebagai tempat pejalan kaki maka bisa dikatakan ramai orang berjalan disini maka ada inisiatif pedagang untuk berjualan disini, awalnya Cuma beberapa lama-kelamaan semakin ramai Dipasar ini barang yang dijual adalah barang kebutuhan sehari-hari, dimulai dari kebutuhan rumah tangga sampai dengan kebutuhan pakaian.

B. Anggaran Rumah Tangga Persatuan Pedagang Pasar Lereng P3L Kota Bukittinggi

1. Anggota, hak dan kewajiban anggota

a. Anggota

a) Yang dapat diterima jadi anggota persatua pedagang pasar lereng Bukittinggi adalah yang menyetujui organisasi

b) Menyetujui anggaran dasar dan anggaran rumah tangga serta mengisi formulir yang disediakan

c) Anggota yang sudah terdaftar akan diberikan KTA (kartu tanda anggota)

b. Hak anggota

a) menghadiri rapat anggota

b) menyatakan pendapat dalam rapat

c) memilih dan dipilih

d) membela diri dalam rapat jika kenangotaannya dibatalkan oleh pimpinan

c. Kewajiban anggota

a) Taat dan patuh pada peraturan yang berlaku dalam organisasi ini

b) Menjaga dan memelihara nama baik organisasi pedagang pasar lereng kota bukittinggi

c) Membayar uang iuran yang ditetapkan penggurus

2. Anggota berhenti, pencabutan anggota

a. Anggota berhenti

a) meninggal dunia

b) permintaan sendiri

c) tidak berada ditempat dalam jangka waktu yang lama

b. Pencaputan anggota

a) bagi anggota yang memenuhi kewajibannya bulanan selama 6 kali berturut-turut maka otomatis keanggotaannya tidak lagi diakui

b) segala yang bersangkutan dengan sosial dan tanggung jawab terhadap tempatnya berjualan tidak lagi menjadi tanggung jawab organisasi persatuan pedagang pasar lereng

3. Susunanorganisasi

Organisasi persatuan pedagang pasar lereng kota Bukittinggi terdiri atas 5 kelompok :

a. kelompok satu dari simpang janjang gudang sampai simpang belakang
b. kelompok dua mulai dari simpang belakang pasar sampai toko setia
c. kelompok tiga mulai dari toko setia sampai jenjang syekh bantam
d. kelompok empat mulai janjang syekh bantam sampai janjang gantung
e. kelompok lima mulai dari janjang gantung sampai lima farma

4. Tugas kelompok

a. pimpinan kelompok berkewajiban membimbing serta mengasuh anggotanya
b. mengarahkan agar terjalin hubungan yang harmonis antara sesame pedagang
c. ikatan keluarga pedagang dijalin atas dasar saling kasih yang dibimbing dengan moral agama

5. Fungsi organisasi

Fungsi organisasi adalah mempersatukan pedagang mulai simpang janjang gudang sampai lima farma :

a. persatuan pedagang pasar lereng kota bukittinggi sebagai pelangsung pelaksana amal usaha yang dirintis
b. setiap anggota bertanggung jawab memelihara nama baik organisasi

c. keluar dan kedalam

6. Peranan Organisasi

Berusaha menumbuhkan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas serta bertanggung jawab terhadap kemajuan ekonomi kedepan

7. Program kerja

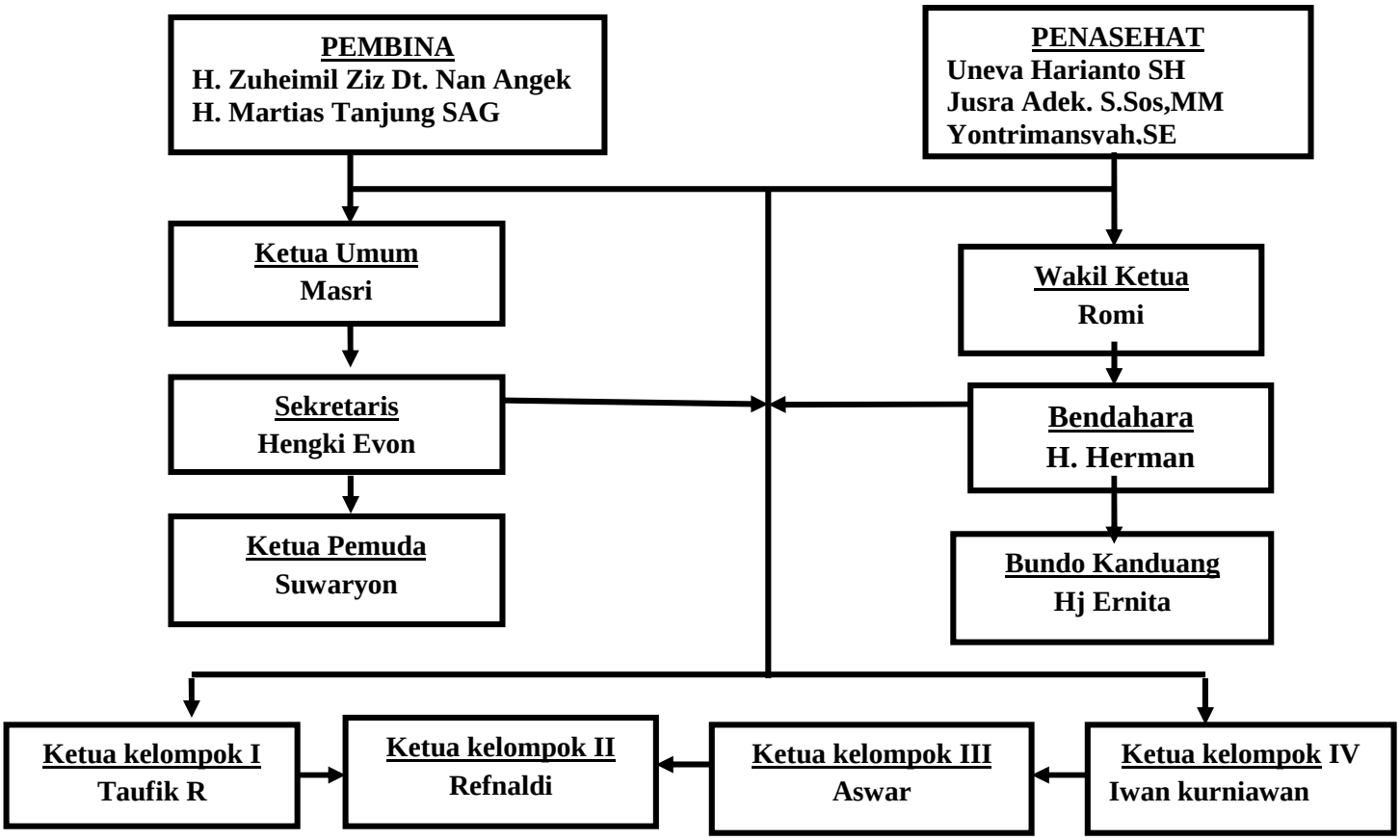
a. memperbaiki anggaran dasar dan anggaran rumah tangga
b. mendata ulang data organisasi secara keseluruhan
c. sosial dibidang kematian bantuan moral / material
d. menjenguk teman yang sakit berat
e. mendirikan koperasi pariuak basamo
f. mendirikan kesehatan jam sostek
g. mengadakan kurban tiap tahun
h. mengadakan wirid pengajian tiap bulan
i. mencari terobosan yang dapat membantu terwujudnya tujuan organisasi
j. menjalankan amal sosial lain yang tidak bertentangan dengan tujuan organisasi

8. Struktur Organisasi

a. Kekuasaan tertinggi adalah rapat umum
b. Organisasi dipimpin oleh ketua umum serta unsur-unsur penggurus lainnya
c. Ketentuan hubungan struktural diatur dalam anggaran rumah tangga

9. Susunan kepenggurusan

STRUKTUR KEPENGURUSAN ORGANISASI P3L (PERSATUAN PEDAGANG PASAR LERENG KOTA BUKITTINGGI) PERIODE 2018-2020



Sumber: Sekretaris P3L Bukittinggi

C. Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha

Dalam perdagangan, harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mekanisme pasar.Harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual beli dari produsen ke tangan konsumen. Melalui penetapan harga akan terlihat posisi kelayakan produk dari nilai ekonomisnya, tujuan penetapan harga adalah untuk memperoleh laba dari penjualan[43].

Dalam penetapan harga untuk memperoleh laba di pasar lereng ini dari hasil penelitian yang dilakukan hanya berpatokan pada harga lebih tinggi dari harga pasar, pedagang hanya mengambil keuntungan atau laba sesuai keinginannya tanpa memperhatikan apakah dalam mengambil laba tersebut pihak konsumen merasa dirugikan atau tidak dan keuntungan yang didapat apakah ada keberkahnya, tindakan seperti ini dalam ekonomi islam tidak dibolehkan

Dalam konsep islam, nilai-nilai keimanan dan tingkah laku seorang pedagang muslim memegang peranan utama dalam mempengaruhi penentuan kadar laba dan transaksi. Kriteria laba yang dapat memberikan pengaruh dalam perekonomian adalah :

1. Kelayakan dalam penetapan laba, islam menganjurkan agar tidak berlebih-lebihkan dalam mengambil laba,tetapi dipasar lereng ini pedagang

[43] https://www.jurnal.id/id/blog/2017/pengertian-penetapan-harga-tujuan-dan-metode-penetapannya

mengambil keuntungan lebih hanya di hari- hari tertentu saja seperti hari lebaran, musim liburan dan adanya para wisatawan yang datang kepasar ini, dari sini saja dapat terlihat bahwa pedagang melakukan penetapan harga hanya sesuai keinginan mereka

2. Keseimbangan antara kesulitan dan laba, islam menghendaki adanya keseimbangan standar laba dan tingkat kesulitan perantara serta perjalanan modal. Semakin tinggi tingkat kesulitan dan resiko, maka semakin besar laba yang diinginkan oleh pedagang
3. Masa perputaran modal, semakin panjang masa perputaran modal dan bertambahnya resiko, maka semakin tinggi pula standar laba yang diinginkan oleh pedagang dan begitu juga sebaliknya

Berdasarkan kriteria diatas, maka dasar-dasar pengukuran keuntungan dalam islam yaitu:

1. Taqlib dan mukhatarah (interaksi dan resiko)

   Keuntungan adalah hasil dari perputaran modal melalui transaksi bisnis seperti menjual dan membeli sesuai syar'i
2. Al-muqabalah

   Yaitu perbandingan antara jumlah hak milik pada akhir periode pembukuan dan hak-hak milik pada awal periode yang sama, atau

dengan membandingkan nilai barang yang ada pada akhir dengan nilai barang yang ada pada periode yang sama

3. Keutuhan modal pokok

   Yaitu laba tidak akan tercapai kecuali setelah utuhnya modal pokok dari segi kemampuan secara ekonomi sebagai alat penukar barang yang dimiliki sejak awal aktivitas

Namun demikian dari kriteria-kriteria diatas, islam mengharamkan keuntungan yang mengandung unsur dan praktik bisnis haram, diantaranya :

1. Keuntungan dari bisnis barang dan jasa haram seperti bisnia minuman keras,narkoba, jasa kemaksiatan, perjudian dan sebagainya
2. Keuntungan dengan jalan curang dan manipulasi
3. Manipulasi dengan cara merahasiakan harga actual
4. Keuntungan dengan cara menimbun dan spekulasi

Dari uraian diatas, jelas bahwa dibolehkan bagi siapapun untuk mencari keuntungan tanpa batasan margin keuntungan tertentu selama mematuhi hukum-hukum islam. Dampak dari implementasi konsep laba ini dalam islam adalah semua pebisnis dalam menjalankan usaha akan selalu menjaga diri dari perbuatan tercela, tidak amanah, penipuan, pengrusak lingkungan dan perbuatan tercela lainnya yang dilarang oleh syariah

D. Hasil penelitian

1. Tujuan pedagang pasar lereng dalam menetapkan harga

Penetapan harga bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan, market share, mutu produk, karena proses persaingan perdagangan, serta untuk bertahan hidup bagi pedagang, sedangkan dalam konsep ekonomi islam tujuan penetapan harga musti berpegang kepada prinsip kemaslahatan. Bagi pedagang dipasar lereng bukittinggi penetapan harga bertujuan untuk mencari keuntungan, terjadinya proses jual beli, untuk meyakinkan pembeli. seperti yang diungkapakan oleh pedagang berikut ini :

> "bagi saya sebagai pedagang penetapan harga sangat penting yang bertujuan untuk mencari keuntungan, dimana keuntungan tersebut digunakan untuk mengembangkan usaha, untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga sehari-hari"[44]

Sedangkan menurut bg budi penetapan harga bertujuan untuk proses terjadinya jual beli dan meyakinkan pembeli akan kualitas barang

Jadi dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penetapan harga oleh pedagang pasar lereng bukittinggi untuk meyakinkan pedagang dalam proses jual beli untuk memperoleh untung

2. Dalam menetapkan harga pedagang melihat waktu dan jenis pembeli

[44]Wawancara para pedagang pasar lereng bukittinggi 27 juli 2018

Dalam penetapan hargaPedagang biasanya memperhatikan beberapa faktor seperti faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal menyangkut segala sesuatu yang terkait dengan kondisi pedagang sedangkan faktor eksternal adalah hal diluar pedagang yang mempengaruhi kuantitas harga yang ditetapkan oleh pedagang seperti dalam hari-hari besar, kondisi perekonomian calon pembeli

3. Sistem jual beli pedagang dalam penetapan harga

Sistem adalah kesatuan yang terdiri dari komponen atau elemen yang dihubungkan sehinga saling keterkaitan untuk memudahkan informasi sedangkan jual beli adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan cara melepaskan hak milik yang satu dengan yang lainnya atas dasar saling merelakan.

Sesuai firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 275

...ٱلرِّبَوٰاْ وَحَرَّمَ ٱلۡبَيۡعَ ٱللَّهُ...وَأَحَلَّ

Artinya *: "Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba"*

Mengenai sistem jual beli yang terjadi di Pasar Lereng Bukittinggi adalah sistem jual beli langsung dimana dalam jual beli ini barang yang dijual atau disini para pedagang pakaian langsung menawarkan barang dagangannya kepada penggunjung dan harga yang ditawarkan oleh pedagang pakaian ini dalam penetapan harga nya selalu berubah dan tidak tetap kepada pembeli

4. Penetapan Harga Oleh Pedagang Pasar Lereng Bukittinggi

Penetapan Harga merupakan suatu rencana strategi dalam memasarkan suatu produk karena penetapan harga sesuatu yang sangat penting dalam dunia pedagang. Baik itu pedagang besar, pedagang kecil, serta pedagang kaki lima.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang pasar Lereng, menurut informan 12 :

> "dalam menetapkan harga saya hanya berpatokan kepada modal dan harga pasar, masalah keadilan, saya hanya menetapkan harga, kemudian ditanya, lalu terjadi penawaran, jika telah sepakat, maka terjadi transaksi jual beli"[45]

Menurut informan 17:

" saya menetapkan harga untuk konsumen hanya berdasarkan harga-harga yang ditentukan oleh pedagang yang disebelah saya yang menjual pakaian yang sejenis dengan yang saya jual"[46]

Begitu pula dengan jawaban dari informan 4:

" saya menetapkan harga dari harga modal ditambah keuntungan sebesar 10% paling bawah dan 20% paling tinggi"[47]

[45]Rani,pedagang, wawancara pribadi, dipasar lereng bukittinggi, 29 juli 2018
[46] Ica, pedagang, wawancara pribadi, dipasar lereng bukittinggi, 29 juli 2018

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dapat disimpulkan bahwa pedagang pakaian Pasar Lereng Bukittinggi, dalam menetapkan harga belum sepenuhnya menerapkan harga sesuai dengan prinsip Islam yaitu keadilan dan keterbukaan, dalam menetapkan harga mereka hanya berpatokan kepada harga pasar dan perkiraan keuntungan yang diperoleh.

5. Faktor yang mempengaruhi para pedagang pakaian menetapkan harga

Faktor yang mempengaruhi para pedagang pakaian ini menetapkan harga yang lebih tinggi adalah:

a. Dilihat dari modal

Dalam penetapan harga dilihat dari modal, Mereka memperhitungakan biaya atau modal yang dikeluarkan untuk membeli barang dagangan dari pasar aur untuk di jual kembali di Pasar Lereng

b. Perkiraan untung

Para pedagang pakaian ini meletakan harga dengan cara menambahkan harga modal dengan persenan untung sehingga ketepan harga menjadi lebih tinggi

c. Stok barang

[47] Syifa,pedagang, wawancara pribadi, dipasar lereng bukittinggi, 29 juli 2018

Dalam hal stok barang pedagang pakaian ini menetapkan harga dengan cara melihat kepada kelengkapan atau ketersediaan pakaian yang mereka jual. Semakin lengkap pakaian yang mereka jual maka semakin tinggi pula harga yang mereka tetapkan.

6. Laba usaha yang diterima ketika dalam penetapan harga dihari hari tertentu

Laba usaha merupakan penerimaan bersih seseorang, baik berupa uang kontan atau natura. Tujuan utama unit usaha adalah untuk memperoleh laba atau keuntungan.

Berdasarkan hasil wawancara pedagang dipasar lereng menurut informan 25 :

> "laba usaha yang saya terima ketika hari-hari tertentu seperti hari lebaran, hari libur, lebih meningkat 50% dari hari biasanya"[48]

Menurut informan 10

> "Laba memang meningkat yang kami terima ketika hari-hari tertentu"[49]

[48]Riko, Pedagang, wawancara pribadi, dipasar lereng bukittinggi, 26 juli 2018

[49]mira, Pedagang, wawancara pribadi, diPasar Lereng Bukittinggi, 25 juli 2018

Dari pernyataan informan diatas dapat disimpulkan bahwa laba usaha pedagang meningkat dihari-hari tertentu atau hari-hari besar.

7. Metode penetapan harga yang sering digunakan

Motivasi pedagang dalam melepaskan barang dagangan kepada pembeli ketika terjadinya proses jual beli sangatlah beragam diantaranya terdapat pedagang yang mematok sedikit diatas modal, ada juga yang mematok jumlah laba tetap, ada juga yang tergantung kepada jumlah dari permintaan pembeli. Pernyataan diatas sesuai dengan yang disampaikn ibu linda[50] mengatakan "ada juga sebagian dari kawan-kawan pedagang disini yang menjual barang kepada pembeli dengan prinsip *lai balabiah dari modal walaupun saketek"*

Lain lagi dengan ibuk mardianis yang mengatakan "kondisi pasar yang agak sepi dan pesaing yang menurunkan harga menjadi ukuran bagi kami untuk menentukan harga jual "[51]

Dapat disimpulkan bahwa motivasi dan metode yang digunakan oleh pedagang dalam proses jual beli sangatlah beragam mulai dari yang mengutamakan untung, asal lebih dari modal.

8. Kendala yang dihadapi didalam penetapan harga

[50]Ibu linda, pedagang, wawancara pribadi, diPasar Lereng 25 juli 2018
[51]Ibu mardianis, pedagang, wawancara pribadi, dipasar lereng 25 juli 2018

Pada aktifitas perdagangan kendala dalam hal jual beli pasti ada disetiap pasar. Kendala yang dihadapi bermacam-macam ada dari konsumen ada pula dari pedagang seperti penetapan harga pada pakaian. Berdasarkan hasil wawancara pedagang dipasar lereng menurut informan 3 :

> " kendala yang saya hadapi dalam penetapan harga pakaian sangat beragam seperti halnya dari konsumen bahwa harga yang saya tetapkan tidak sesuai dengan permintaan konsumen ya padahal dilihat dari bahan dan kualitas barang tidak memungkinkan harganya dipatok oleh konsumen itu akan membuat saya merasa rugi"[52]

Lain halnya dengan menurut informan 5

> "kendala yang saya hadapi yaitu ketika konsumen memilih barang lalu mengacak-acak barang yang ingin dibelinya tetapi tidak sesuai keinginan pembeli akhirnya pembeli hanya bilang lihat-lihat dulu dan saya kesal dengan sikap pembeli yang seperti itu"[53]

Kesimpulan dari pedagang diatas bahwa didalam penetapan harga perilaku konsumen sangat beragam mulai dari cara konsumen memilih barang sampai konsumen menawar barang yang tidak sesuai dengan kualitas nya

9. Cara pedagang menyikapi kendala tersebut

[52]Ibu nurani, pedagang, wawancara pribadi, dipasar lereng Bukittinggi, 26 juli 2018
[53]Riko, pedagang, wawancara pribadi, dipasar lereng bukittinggi,

Kendala apapun bagi seorang pedagang merupakan ujian untuk kesuksesan berdagang lebih baik lagi dan sesuai dengan permintaan konsumen

Menurut informan 18 :

"Ya dalam berusaha pasti ada namanya kendala palingan saya sabar saja menghadapi perilaku konsumen "[54]

Jadi kendala yang dihadapi haruslah dengan sabar karena konsumen merupakan raja bagi pedagang

10. Cara pembedaan harga pakaian di dalam penetapan harga

Pembedaan harga pakaian yang satu dengan yang lain tentu berbeda-beda. Perbedaan ini terletak pada kualitas suatu barang tersebut, apabila kualitasnya bagus maka penetapan harganya akan tinggi dan penawaran juga harus imbang dengan kualitas barang tersebut

Seperti yang diungkapkan informan 7

"Pakaian yang kualitasnya bagus dan bahannya ok penetapan harganya tidak sembarangan walau konsumen menawar dengan harga tidak cocok maka barang tidak akan dijual"

[54]Linda, pedagang, wawancara pribadi, di pasar lereng bukittinggi 25 juli 2018

Kesimpulannya bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas barang.

11. Memberikan harga yang semestinya kepada konsumen

Harga menurut islam harga yang tidak menimbulkan ekspolitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan mengguntungkan pihak lain. Ibn taimiyah mendefenisikan harga yang adil adalah kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara[55]

Menurut informan 27:

"Harga yang saya patokan sesuai harga pasar asalkan modal saya kembali dan saya ber laba dalam jual beli ini"[56]

12. Cara konsumen menawar pakaian yang dibeli kepada pedagang

Penawaran didalam transaksi jual beli terjadi dipasar antara produsen dan konsumen, penawaran ini wajar karena untuk mencocokan harga yang akan dibeli oleh konsumen

Menurut informan 4 :

[55]Stephen rinaldy, *Ekonomi Islam* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 2011) hal 331-332
[56]Ica , pedagang, wawancara pribadi, dipasar lereng, 29 juli 2018

"Konsumen yang menawar barang ada yang mengenakan hati dan ada yang tidak dan cara menawarkan ada yang sopan dan ada yang tidak sopan"[57]

13. Sikap pedagang menghadapi perilaku konsumen dalam penawaran harga pakaian

Sikap pedagang menghadapi perilaku konsumen terkadang ada yang baik dan ada juga yang kesal karena bagaimana pun konsumen merupakan sumber pendapatan bagi pedagang

Menurut informan 6:

"Saya juga kesal terkadang sama konsumen yang memberi harapan didalam membeli barang dagangan saya karena hari ini gak ada yang beli istilahnya belum ada yang terjual barang dagangan"[58]

14. Etika bisnis pedagang pakaian

Etika bisnis islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahan.[59]

[57]Syifa, pedagang, wawancara pribadi, di pasar lereng bukittinggi, 29 juli 2018
[58]Budi, pedagang, wawancara pribadi, dipasar lereng, 29 juli 2018
[59] Mustaq ahmad,etika bisnis dalam islam,(Jakarta: pustaka al-kausar 2001) hal 53

Dalam aktivitas perdagangan di Pasar Lereng yang penulis amati etikanya lumayan bagus namun dilihat dari etika bisnis secara islam belum sepenuhnya diterapkan. Karena banyak dari pedagang itu yang kurang ramah dalam melayani konsumen dan tidak jujur dalam bertransaksi.

Sesuai sabda Rasullulah

Artinya *:"sesungguhnya Nabi SAW melarang jual beli dengan unsur paksaan, jual beli dengan unsure penipuan, dan jual beli buah sebelum diketahui buahnya"(HR.Ahmad ibn Hanbal)*

15. Pengetahuan pedagang pakaian tentang etika bisnis islam

Rasullulah SAW sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis yang dijadikan sebagai prinsip, diantaranya adalah [60]

a. Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis
b. Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut islam tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi berorientasi kepaa sikap ta'awun(menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis

[60]Faisal badroen dkk,*etika bisnis dalam islam*(jakarta: kencana 2007)hal 45-46

c. Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu.
d. Ramah tamah. Seorang pelaku bisnis harus tamah dalam melakukan bisnis
e. Tidak boleh menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut
f. Bisnis tidak boleh menggangu kegiatan ibadah dengan allah
g. Komoditi bisnis yang adalah barang yang suci dan halal

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa pedagang pakaian Pasar Lereng tidak minim dengan pengetahuan tentang etika bisnis islam sebagaimana yang diungkapkan oleh sekretaris pengelola pasar lereng :

> "para pedagang pakaian dipasar lereng ini diberikan pembinaan mengenai etika bisnis islam sekali dalam sebulan yang diadakan oleh lembaga kami sendiri (P3L) "[61]

Dari pernyataan sekretaris pengelola pasar lereng diatas dapat penulis simpulkan bahwa pedagang pasar lereng telah mendapatkan pembinaan secara rutin dari kepenggurusan P3L mengenai etika bisnis islam namun, para pedagang pakaian dipasar lereng lah yang tidak menerapkan pembinaan

[61] Hengk Evon, Penggurus PKL,*Wawancara Pribadi* , Dipasar Lereng,27 Juli 2018

tersebut dengan berbagai alasan seba.gaiman yang penulis..dengar dari informan 16 :

> "saya pernah mengikuti pembinaan yang diadakan P3L namun hanya satu kali karena merasa itu cukup membuang waktu dan tidak ada gunanya"[62]

Dari alasan diatas jelaslah bahwa pedagang pakaian tersebut memang tidak mau diarahkan untuk menjadi pedagang yang beretika dalam berbisnis secara islam sehingga dalam penetapan harga pun pedagang pakaian di pasar lereng ini menetapkan harga hanya sesuai keinginan mereka saja dan tidak sesuai dengan syariah islam

E. Analisis penulis tentang hasil penelitian

Dalam menetapkan harga pedagang pasar lereng bukittinggi memiliki tujuan untuk terjadinya jual beli, mendapatkan keuntunggan untuk mencapai tujuan itu para pedagang selalu melihat kondisi pasar yang mana ketika hari besar seperti hari raya, tahun baru, dan liburan sekolah maka mereka akan menaikan harga barang dagangan yang mencapai laba 80%, serta memperhatikan jenis pembeli yang membeli barang dagangannnya seperti orang asing atau turis akan berbeda harga yang diletakan dengan orang biasa, minimal ia mendapatkan keuntungan 25% dihari biasa dan jika barang

[62] Budi,pedagang, wawancara pribadi, dipasar lereng bukittinggi, 29 juli 2018

dagangan nya sudah ketinggalan mode maka para pedagang akan menjual barang dagangannnya dengan harga mengembalikan modal saja dan dalam menetapkan harga para pedagang pasar lereng bukittinggi menggunakan metode berbasis modal dan metode berbasis laba

Metode penetapan harga menurut islam :

1. Menurut Abu Yusuf harga merupakan ketentuan allah. Maksudnya adalah harga akan terbentuk sesuai dengan hukum alam yang berlaku disuatu tempat dan waktu tertentu sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi harga itu sendiri. Pendapat Abu yususf ini relevan pada pasar persaingan sempurna dimana banyak penjual dan pembeli sehingga harga ditentukan oleh pasar
2. Menurut Al- Ghazali merupakan keteraturan alami (*natural order)* yaitu harga dipasar akan terbentuk secara alami sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi harga
3. Menurut Ibnu Taimiyah

   "Naik turunnya harga tak selalu berkaitan dengan kezaliman (*zulm)* yang dilakukan seseorang.Sesekali alasannya adalah kekurangan dalam produksi atau penurunan impor dari barang-barang yang diminta. Jika membutuhkan peningkatan jumlah barang sementara kemampuannya menurun, harga dengan sendirinya akan naik. Disisi lain, jika kemampuan penyediaan barang meningkat dan permintaannya menurun, harga akan turun. Kelangkaan dan

kelimpahan tak mesti diakibatkan oleh perbuatan seseorang.Bisa saja berkaitan dengan sebab yang tak melibatkan ketidak adilan. Atau sesekali bisa juga disebabkan ketidak adilan, maha besar Allah yang menciptakan kemauan pada hati manusia(ibnu taimiyah, majmu fatawa).

4. Menurut ibnu khaldun, harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Pengecualian satu-satunya dari hukum ini adalah harga dan perak, yang merupakan standar moneter. Semua barang-barang lain terkena fluktasi harga yang pada pasar. Bila suatu barang langka dan banyak diminta, maka harga nya tinggi. Jika suatu barang berlimpah maka harganya akan rendah
5. Hadist nabi yang diriwayatkan oleh Anas bin Malik. Dia berkata: "harga mahal pada zaman Rasullulah saw, maka para sahabat berkata: wahai Rasullulah, harga mahal, maka tentukanlah harga untuk kita, maka beliau bersabda : Sesungguhnya Allah lah yang penentu harga, penahan, pencurah, pemberi reski. Sesungguhnya aku mengharapkan dapat menemui Tuhanku dimana salah seorang dari kalian tidak menuntunku karena kezaliman dalam hal arah dan harta (ibnu Majah, abu dawud)

Berdasarkan kenyataan penulis temukan dilapangan dan teori berdasarkan pemikiran Abu Yusuf, Al Ghazali, Ibnu Taimiyah, Ibnu Khaldun dan hadist yang diriwayatkan oleh Anas bin Malik dalam hal menetapkan harga sesuai dengan metode penetapan harga yang digunakan oleh pedagang pakaian Pasar

Lereng Bukittinggi yakni memaksimumkan laba dengan kekuatan permintaan dan penawaran yang terjadi dipasar.

Dalam nilai-nilai filosofis yang ada dalam ekonomi islam merupakan pondasi dari munculnya prinsip-prinsip ekonomi islam yang menjadi acuan dalam seluruh aktivitas ekonomi dalam islam. Berikut ini akan diuraikan prinsip-prinsip ekonomi islam dan kaitannya dengan harga

1. Tauhid

   Akidah mempunyai peranan penting dalam kehidupan manusia ia mempunyai pengaruh yang kuat terhadap cara berfikir dan bertindak seseorang. Begitu kuatnya peran akidah sehingga dapat mengendalikan manusia agar tunduk dan mengikuti ajaran yang dibawaNya.Dalam penetapan harga disinilah seorang pedagang bisa meletakan harga dengan baik dan bisa mengendalikan harga yang jujur untuk konsumen.

2. Akhlak

   Prinsip ini merupakan bentuk dari pengamalan sifat-sifat utama yang dimiliki oleh nabi dan rasul-Nya dalam seluruh kegiatan ekonomi yaitu *shidiq*(benar) *tabliqh* (menyampaikan kebenaran) *amanah* (dapat dipercaya) dan *fatanah* (intelek). Penetapan harga harusnya bisa mencontoh prinsip rasul sebagai umat muslim

3. Keseimbangan

Allah telah menyediakan apa yang ada di langit dan dibumi untuk kebahagiaan hidup manusia dengan batasan-batasan tertentu. Asas keseimbangan dalam ekonomi ini terwujud dalam kesederhanaan

Sesuai firman Allah QS Furqan ayat 67

وَٱلَّذِينَ إِذَآ أَنفَقُواْ لَمۡ يُسۡرِفُواْ وَلَمۡ يَقۡتُرُواْ وَكَانَ بَيۡنَ ذَٰلِكَ قَوَامٗا ٦٧

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

Prinsip keseimbangan tidak hanya untuk dunia dan akhirat tetapi juga berkaitan dengan kepentingan perorangan dan kepentingan umum. Dalam penetapan harga juga begitu harus ada keseimbangan untung dan rugi, dalam mengambil keuntungan tidak merugikan konsumen

4. Kebebasan individu

Kebebasan ekonomi adalah tiang utama dalam struktur ekonomi islam, karena kebebasan ekonomi bagi setiap individu akan menciptakan mekanisme pasar dalam perekonomian yang bersandikan keadilan. Penetapan harga juga harus bersandikan keadilan agar tercipta mekanisme pasar yang islami

5. Keadilan

keadilan mempunyai makna dalam dan urgen karena keadilan merupakan dasar sekaligus tujuan utama tindakan manusia dalam kehidupan. Penetapan harga yang adil menciptakan ketentraman dalam masyarakat.

Prinsip- prinsip ekonomi diatas belum sepenuhnya diterapkan dalam aktivitas perdagangan pasar Lereng Bukittinggi disamping minimnya pengetahuan pedagang dan kurangnya waktu untuk menghadiri penyuluhan yang dilakukan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dengan mengumpulkan data-data yang kemudian dianalisis dengan teori yang telah dipaparkan sebelumnya, selanjutnya penulis menyimpulkan bahwa Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam yaitu :

Dalam penetapan harga jual dalam memperoleh laba pedagang pakaian pasar lereng belum sepenuhnya menurut perspektif ekonomi islam, karena mereka meletakan harga berdasarkan harga modal ditambah presentase keuntungan an juga kurang mempertimbangkan harga pasar hal ini terjadi karena pedagang tersebut kurang paham mengenai etika bisnis dalam islam

B. Saran

Dari kesimpulan diatas, maka dapat diambil saran sebagai berikut:

1. Seharusnya pedagang yang menetapkan harga jual haruslah mengaju kepada syariah atau nilai-nilai islam karena dalam berdagang tidak hanya mementigkan kemaslahatn dunia saja tetapi juga mementingkan kemaslahatan akhirat juga
2. Seharusnya para pedagang dalam mengambil keuntungan atau laba harus memperhatikan apakah dalam mengambil laba tersebut pihak konsumen

merasa dirugikan atau tidak dan keuntungan yang didapat apakah ada keberkahnya

3. Pengarahan yang diberikan jadikan lah pedoman untuk kebaikan dari diri si pedagang agar dalam hal jual beli barang yang dijual diberkahi oleh Allah SWT

DAFTAR PUSTAKA

Akhmad, 2014, *Ekonomi Mikro,* Yogyakarta: Cv Andi Offset

Aziz, abdul, 2008,*Ekonomi Islam Analisis Mikro Dan Makro,*Yogyakarta:Graha Illmu

Amirrulah, Hardjanto Imam, 2005, *Pengantar Bisnis,* Yogyakarta : Graha ilmu

Alma ,Buchari,2014, *Manajemen Bisnis Syariah,*Bandung: Alfabeta

Gade Muhamad,2005, *Teori Akuntasi* Jakarta: Almahira,

Ibrahim, yakob, 2003, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta, Pt Rineka Cipta

Karim, Adiwarman, 2007, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta, Rajawali Pers

Laksana, Fajar 2008, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta, Graha ilmu

Leroy Miller Roger ,2000,*Teori Mikroekonomi Intermedia,(*Jakarta:Grafindo Persada,

Maleong, lexy j, 2014, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung, Alfabeta

Mujahidin, Akhmad,2013,*Ekonomi Islam Sejarah,Konsep, Instrument, Negara, Dan Pasar,*Pt Raja Grafindo Persada

Muhammad,2008,*ekonomi syariah,*Yogyakarta, Graha Ilmu

Mulyadi ,Nitisusatro,2013*perilaku konsumen dalam perspektif kewirausahaan,* Bandung,Alfabeta,

Nasution,Mustafa Edwin,2006,*Pengenalan Ekslusif Ekonomi Islam,*Jakarta Kencana Prenada Group

Nicholson Walther,1991 , *Teori Ekonomi Mikro 1*,Jakarta, Rajawali

Rinaldy, Stephen, 2011,*Ekonomi Islam,*Jakarta, Pt Raja Grafindo Persada

Romansyah, Iman,2016,*analisis penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan dalam perspektif ekonomi islam*.

Sumar'in 2013, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta, Graha Ilmu

Sugiono, 2014, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta

Sumarsono,Sonny, 2007, *Ekonomi Mikro* Yogyakarta, Graha Ilmu

Sarwono, Jonathan 2006, *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif* Yogyakarta:Graham Ilmu

Sukirno Sadono , 2000,*Mikro Ekonomi(*Jakarta PT Grafindo Persada

Yusuf, Muri, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan Penelitian Gabungan,(*Jakarta: kencana,)

http://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-starup

https://www.jurnal.id/id/blog/2017/pengertian-penetapan-harga-tujuan-dan-metode-penetapannya

Nama : Misnawati

NIM : 3214.237

Fakultas : EkonomidanBisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

JudulSkripsi :Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam

---

PEDOMAN WAWANCARA

A. PEDAGANG

1. Apakah tujuan bapak/ibu dalam menetapkan harga pakaian
2. Apakah dalam menetapkan harga pakaian secara ekonomi islam bapak/ ibu melihat waktu dan jenis pembeli
3. Bagaimana sistem jual beli bapak/ibu dalam penetapan harga pakaian secara ekonomi islam
4. Bagaimana penetapan harga pakaian bapak/ibu lakukan
5. Apakah bapak/ibu lakukan dalam menetapkan harga pakaian secara ekonomi islam ada faktor yang mempengaruhinya
6. Berapa laba usaha yang bapak/ibu terima ketika dalam penetapan harga pakaian di hari-hari tertentu
7. Metode penetapan harga pakaian yang bagaimana bapak ibu gunakan
8. Dalam penetapan harga apa saja kendala yang bapak hadapi
9. Bagaimana bapak atau ibu menyikapi kendala tersebut
10. Dalam penetapan harga pakaian bagaimana bapak/ibu cara membedakan harga pakaian yang satu dengan yang lainnya
11. Apakah bapak/ibu mengetahui bagaimana harga yang semestinya diberikan kepada konsumen
12. Dalam hal jual beli bagaimana cara konsumen menawarkan pakaian yang dibelinya kepada bapak/ibu
13. Bagaimana sikap bapak/ibu menghadapi perilaku konsumen dalam penawaran harga pakaian
14. Apakah bapak/ibu memahami etika bisnis secara islam
15. Apakah bapak/ibu pernah mengikuti penyuluhan atau bimbingan tentang etika bisnis islam

Surat Keterangan Wawancara

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :

Hari/Tanggal :

Alamat :

Menerangkan bahwa **Misnawati,** nim: **3214.231** mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi memang benar melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan skripsi yang berjudul **"Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittingi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam".** Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Juli 2018

Pewawancara Narasumber

Misnawati .....

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih Kab.Agam - Sumatera Barat - Telepon / Fax : (0752) 22875
Website : www.febi.iainbukittinggi.ac.id | e-mail : febi@iainbukittinggi.ac.id

Nomor : B-1854 /In.26.3/PP.07/07/2018 17 Juli 2018
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth.
Wali Kota Bukittinggi
C.q Kepala Kantor Kesbangpol

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Proposal Skripsi bagi mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan penelitian kepada saudara :

Nama	:	MISNAWATI
NIM	:	**3214. 237**
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Jurusan	:	Ekonomi Islam
Semester	:	VIII (Delapan)
Lokasi Penelitian	:	Kantor Dinas Pengelola Pasar Bukittinggi
Judul Skripsi	:	***Analisis Penerapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam***
Waktu	:	10 Juli 2018 S/d 31 Juli 2018

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Dekan

H. Harlandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1 001

SURAT KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI

Nomor : 97.68/In.26/PP.00.9/04/2018

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

REKTOR IAIN BUKITTINGGI

Membaca : Surat Permohonan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi nama. **Misnawati NIM. 3214.237** tanggal 04 April 2018, Perihal Permohonan Pengesahan Judul dan Penunjukkan Pembimbing Skripsi.

Menimbang :
a. Bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan skripsi mahasiswa IAIN Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. Bahwa nama-nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II.

Mengingat :
1 Undang-undang No.20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2 Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999, tentang Pendidikan Tinggi;
3 Keputusan Presiden Nomor 181 Tahun 2014, tentang Perubahan STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi menjadi IAIN Bukittinggi.
4 Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil (PNS) dilingkungan Departemen Agama.
5 Keputusan Menteri Agama RI No.12 Tahun 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Bukittinggi

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul " **Analisis Penerapan Harga Jual Dalam Mendapatkan Keuntungan Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam**"

Kedua : Menunjuk saudara-saudara :

A
Nama	:	**H. Harfandi, SE, M.Si**
NIP	:	19621110 199903 1001
Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina Tk.I (IV/b) / Lektor Kepala
Bidang Keahlian Pokok	:	Ilmu Ekonomi
Memberi Mata Kuliah	:	Labor Bank Mini
Untuk Tugas	:	Pembimbing I

B
Nama	:	**Yenti Astarie Dewi, Se. MM**
NIP	:	2001028702
Pangkat/Gol.Ruang	:	DTNP
Bidang Keahlian Pokok	:	Akuntansi Keuangan
Memberi Mata Kuliah	:	Manajemen Keuangan
Untuk Tugas	:	Pembimbing II

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 5 April 2018
Rektor,

RIDHA AHIDA

Tembusan :
1. Masing-masing Pembimbing;

PEMERINTAH KOTA BUKITTINGGI
DINAS KOPERASI, UKM DAN PERDAGANGAN
Jln. Cindua Mato No. 7 Bukittinggi Telp. 0752-21055

SURAT KETERANGAN

No. 30/DKUKMdP/BPP/VIII/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Bidang Pengelolaan Pasar Dinas Koperasi UKM Perdagangan Kota Bukittinggi menerangkan bahwa :

Nama	: **MISNAWATI**
Tempat/tanggal lahir	: Matur, 29 September 1994
Pekerjaan	: Mahasiswa
Alamat	: Jl. Matur Palembayan, Kampung Tasia Jorong Banda Gadang Kec. Matur. Kab. Agam
No. KTP	: 1306046909940002
Judul Penelitian	: Analsis Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam
Lokasi Penelitian	: Pasar Lereng Kota Bukittinggi
Waktu Penelitian	: 10 Juli 2018 s/d 31 Juli 2018
Digunakan Untuk	: Skripsi

Adalah mahasiswa di IAIN Bukittinggi telah melakukan penelitian di Pasar Lereng Kota Bukittinggi tentang Analsis Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam pada tanggal 10 Juli 2018 s/d 31 Juli 2018.

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dapat memberikan keterangan bahwa sudah melakukan penelitian. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Bukittinggi, 06 September 2018
Kabid. Pengelolaan Pasar

HERMAN. S.Sos
NIP.196503007198503100 5

Laptop /Surat Cop A4 /Bid.Psr/2018

Surat Keterangan Wawancara

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ani Maruah

Hari/Tanggal : Jum'at / 27 Juli 2018

Alamat : Banjarnaka

Menerangkan bahwa **Misnawati,** nim: **3214.231** mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi memang benar melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan skripsi yang berjudul **"Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Memperoleh Laba Usaha Oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittingi Dilihat Dari Perspektif Ekonomi Islam".** Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 27 Juli 2018

Pewawancara

Misnawati

Narasumber

Ani Maruah

PEMERINTAH KOTA BUKITTINGGI

KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jl. Jend. Sudirman No. 27 – 29 Telp. (0752) 23976 – Bukittinggi

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 070/ 1164 / KB-KKP/2018

Dasar : 1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian,Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknolgi;
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di lingkungan Kementrian Dalam Negeri Dan Pemerintahan Daerah;
4. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.

Menimbang : a. Bahwa Sesuai Surat Dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi Nomor B-1853/In.26.3/PP.07/07/2018 Tanggal 17 Juli 2018 Perihal Izin Observasi.
b. Bahwa untuk tertib administrasi dan pengendalian pelaksanaan penelitian serta pengembangan perlu diterbitkan Rekomendasi Penelitian.
c. Bahwa sesuai konsideran huruf a dan b serta hasil Verifikasi Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bukittinggi, berkas persyaratan administrasi Surat Rekomendasi Penelitian telah memenuhi syarat.

Kepala Kantor Kesatuan Bangsa Dan Politik Kota Bukittinggi, Memberikan Rekomendasi Penelitian Kepada :

Nama	: **MISNAWATI**
Tempat/Tanggal Lahir	: Matur, 29 September 1994
Pekerjaan	: Mahasiswa
Alamat	: Kampung Tasia Jorong Banda Gadang Kec.Matur
Nomor Identitas	: 1306046909940002
Judul Penelitian	: Analisis Penerapan Harga Jual dalam Memperoleh Laba Usaha oleh Pedagang Pakaian Pasar Lereng Bukittinggi dilihat dari Perspektif Ekonomi Islam
Lokasi Penelitian	: 1.Kantor Dinas Pengelola Pasar Bukittinggi
Waktu Penelitian	: **23 Juli 2018 s / d 31 Juli 2018**
Anggota Penelitian	: -
Digunakan Untuk	: Observasi

Dengan ketentuan sebagai berikut :
1. Wajib menghormati dan menaati tata tertib di lokasi tempat penelitian sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Pelaksanaan penelitian jangan disalahgunakan untuk keperluan yang dapat mengganggu ketertiban dan ketentraman umum.
3. Melaporkan hasil penelitian kepada Walikota Bukittinggi melalui Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bukittinggi.
4. Rekomendasi penelitian ini berlaku mulai tanggal diterbitkan.
5. Apabila terjadi penyimpangan, maka Surat Rekomendasi Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku.

Demikian Surat Rekomendasi penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan sebagaimana perlunya.

Bukittinggi, 24 Juli 2018

An. KEPALA KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
KOTA BUKITTINGGI
Kasi Bina Kesatuan Bangsa

DELISMAN,S.Sos
NIP.19700926 199403 1 002

Tembusan disampaikan kepada Yth:
1. Walikota Bukittinggi (Sebagai Laporan)
2. Kepala Dinas Koperasi,Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi
4. Arsip

BIOGRAFI PENULIS

s 

Nama	:	Misnawati
NIM	:	3214.237
Tempat/Tanggal Lahir	:	Matur / 29 September 1994
Hoby	:	*Travelling*, Membaca,
Cita – cita	:	Pengusaha Sukses dan Dosen
Alamat	:	Jln Matur-Lawang, Jorong Banda Gadang, Kecamatan Matur, Kabupaten Agam
Nama Orangtua		
Ayah	:	Safrizal
Ibu	:	Nepostiani

Pendidikan

SD	:	SD 04 Matur
MTs	:	SMPN 1 Matur
SMA	:	SMAN 1 Matur
Perguruan Tinggi	:	IAIN Bukittinggi

Pengalaman Organisasi

- Anggota Bidang Eksternal HMJEI IAIN Bukittinggi periode 2016
- Anggota Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Bukittinggi