

SKRIPSI

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP HARGA
LABEL PRODUK DAN SISTEM PEMBAYARAN
DI INDOMARET KOTA PAREPARE**



2020

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP HARGA
LABEL PRODUK DAN SISTEM PEMBAYARAN
DI INDOMARET KOTA PAREPARE**



2020

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP HARGA
LABEL PRODUK DAN SISTEM PEMBAYARAN
DI INDOMARET KOTA PAREPARE**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Program Studi
Ekonomi Syariah

Disusun dan Diajukan Oleh

RIDHA WIDYANTI AMALIA
NIM. 15.2400.006

PAREPARE

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ridha Widyanti Amalia
Judul Skripsi : Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Harga Label Produk dan Sistem Pembayaran di Indomaret Kota Parepare
Nomor Induk Mahasiswa : 15.2400.006
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.214/In.39/Febi/02/2019

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. Zainal Said, M.H.
NIP : 19761118 200501 1 002
Pembimbing Pendamping : Dr. H. Rahman Ambo Masse, Lc., M.Ag.
NIP : 19730925 200501 1 004



Mengetahui:



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP: 19730129 200501 1 004

SKRIPSI

ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP HARGA LABEL PRODUK DAN SISTEM PEMBAYARAN DI INDOMARET KOTA PAREPARE

Disusun dan diajukan oleh

RIDHA WIDYANTI AMALIA
NIM 15.2400.006

telah dipertahankan di depan sidang ujian munaqasyah pada tanggal 10 Maret 2020 dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Zainal Said, M.H.

NIP : 19761118 200501 1 002

Pembimbing Pendamping : Dr. H. Rahman Ambo Masse, Lc., M.Ag. (...)

NIP : 19730925 200501 1 004

Rektor,
Institut Agama Islam Negeri Parepare

Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP. 19730129 200501 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Harga Label Produk dan Sistem Pembayaran di Indomaret Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Ridha Widyanti Amalia

Nomor Induk Mahasiswa : 15.2400.006

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.214/In.39/Febi/02/2019

Tanggal Kelulusan : 16 Maret 2020

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Zainal Said, M.H.	(Ketua)	(.....)
Dr. H. Rahman Ambo Masse, Lc., M.Ag.	(Sekretaris)	(.....)
Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.	(Anggota)	(.....)
Dr. Hj. Marhani, Lc., M.Ag.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Rektor,

Institut Agama Islam Negeri Parepare



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil Alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. berkat hidayah, rahmat, taufik dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” Institut Agama Islam Negeri Parepare. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada beliau Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya yang senang tiasa kita nanti-nanti syafaatnya di yaumul akhir.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Hj. Mardiana dan Ayahanda H. Tasmin Thaif tercinta dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah banyak menerima bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Zainal Said M.H. dan Bapak Dr. H. Rahman Ambo Masse, M.Ag. selaku Pembimbing Utama dan Pembimbing Pendamping, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan dan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelolah pendidikan di IAIN Parepare.

2. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdian beliau sehingga tercipta suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Rusnaena, M. Ag. sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yang telah berjasa dan mendedikasikan hidup beliau untuk Program Studi sehingga Program Studi Ekonomi Syariah saat ini dapat berkembang dengan baik.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya.
5. Segenap Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Staf Rektorat, Staf Akademik, dan Staf Perpustakaan yang selalu siap melayani dan memberikan kemudahan administrasi kepada penulis selama masa perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi.
6. Terima kasih kepada Bapak/Ibu Dosen IAIN Parepare yang telah menerima peneliti dengan sangat baik serta memberikan ilmu, data, dan informasinya, terkhusus dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, Fakultas Tarbiah, dan Fakultas Usuluddin Adab dan Dawah yang telah meluangkan waktunya dan berpartisipasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada Kepala Toko Indomaret beserta Karyawan dan Pelanggan Indomaret yang telah memberikan izin dan datanya serta informasi kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

8. Secara khusus kepada kedua orang tua penulis yang telah memberi semangat, doa dan nasihat-nasihat yang tiada henti-hentinya. Terimakasih atas dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
9. Teruntuk Mujahidah Hardin dan Tita terimakasih telah meluangkan waktunya untuk menemani penulis dalam melaksanakan proses penelitian.
10. Terima kasih kepada sahabat dan teman-teman yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terkhusus kepada Nur Handayani, Mirnawati, Mujahidah Hardin, Helpiani dan Widya Dharma Wuarlela.
11. Seluruh teman-teman angkatan 2015 Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Parepare terima kasih telah kebersamai selama proses perkuliahan sampai penyelesaian skripsi.
12. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang dengan ikhlas telah memberikan bantuan, baik moril maupun material sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlimpah baik itu didunia maupun diakhirat kelak, diberikan rejeki yang berlipat serta dibukakan jalan yang baik setiap langkahnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penyusun dengan sangat terbuka dan dengan lapang dada mengharapkan adanya masukan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun guna kesempurnaan skripsi ini

Demikianlah, semoga karya sederhana berupa skripsi ini dapat menjadi tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan bagi pembaca. Semoga bermanfaat.

Parepare, 24 Agustus 2020

Penulis



RIDHA WIDYANTI AMALJA
NIM 15.2400.006

x



CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ridha Widyanti Amalia
NIM : 15.2400.006
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Harga Label
Produk dan Sistem Pembayaran di Indomaret Kota
Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karyanya batal demi hukum.

Parepare, 24 Agustus 2020

Yang Menyatakan,



RIDHA WIDYANTI AMALIA
NIM: 15.2400.006

ABSTRAK

Ridha Widyanti Amalia “*Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Harga Label Produk dan Sistem Pembayaran di Indomaret Kota Parepare*” (dibimbing oleh Zainal Said dan Rahman Ambo Masse).

xi

lah
ran
dan
aan
mb

ayaan, serta pemenuhan kewajiban pembayaran yang dikumpulkan melalui pertukaran “nilai” antarperorangan, bank dan lembaga lainnya baik domestik maupun antarnegara (cross border).

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (field research). Dengan melakukan pendekatan deskriptif kualitatif, yakni meneliti peristiwa-peristiwa yang ada di lapangan sebagaimana adanya. Namun tidak bias terlepas juga dari penelitian kepustakaan (library research) karena dapat menjadi rujukan untuk mencari literatur-literatur dalam mengumpulkan data yang berbicara tentang penetapan harga hal-hal lain yang berkaitan dengannya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1.) Alat pembayaran tunai dapat dilakukan dengan menggunakan uang, baik jenis uang logam ataupun uang kertas. Dalam peredarannya, uang tersedia dalam berbagai jenis pecahan agar memudahkan untuk bertransaksi. Alat pembayaran non-tunai dapat digolongkan menjadi dua kelompok, yakni alat pembayaran untuk *credit transfer* dan alat pembayaran untuk *debit transfer*. 2.) Transaksi di Indomaret sebagian transaksinya menerapkan etika bisnis Islam yaitu dalam pelayanannya kepada konsumen di mana karyawan selalu sopan kepada konsumen, sedangkan sebagian yang lain dianggap tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam karna adanya ketidakjelasan di mana terjadinya selisih harga pada harga label produk dan pada saat melakukan pembayaran.

Kata Kunci : Harga, Label produk, dan Sistem Pembayaran.

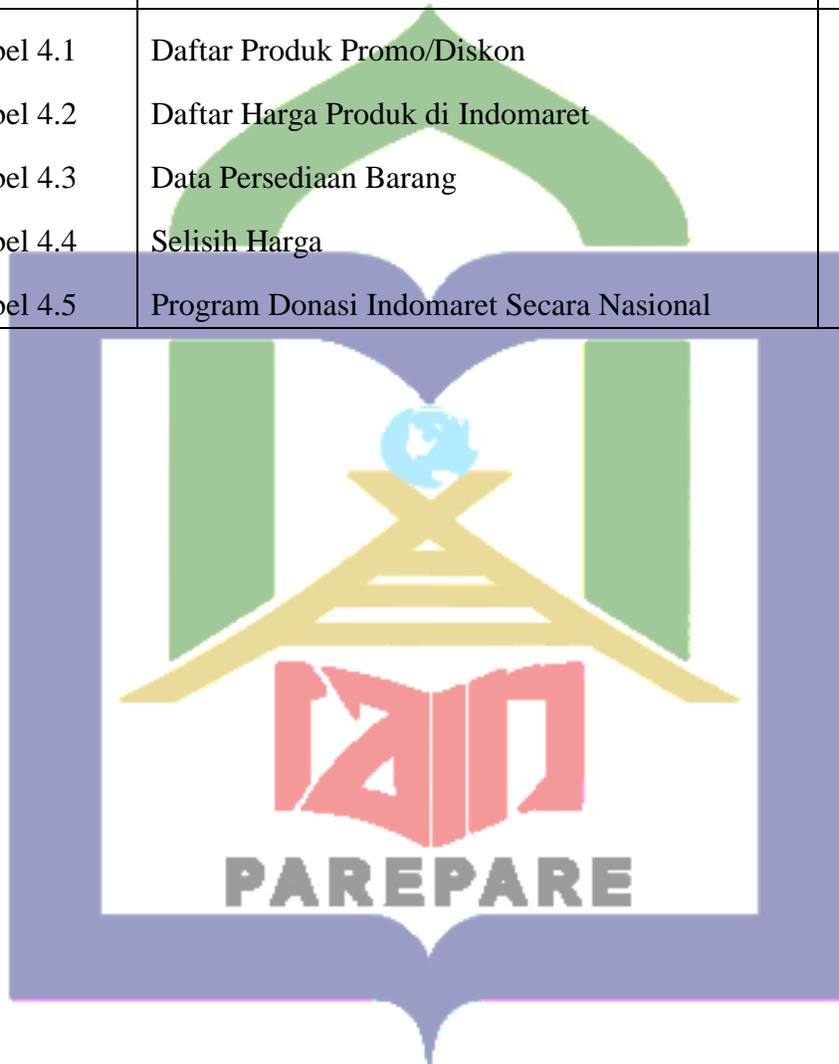
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Tinjauan Teoritis.....	8
2.2.1 Pengertian Etika Bisnis	8
2.2.2 Teori Harga	14

2.2.3	Teori Penetapan Harga	15
2.2.4	Teori Produk.....	17
2.2.5	Teori Sistem	18
2.3	Tinjauan Konseptual	24
2.4	Kerangka Pikir	27
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	30
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.3	Fokus Penelitian.....	30
3.4	Jenis Dan Sumber Data.....	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6	Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Metode Pembayaran yang Diterapkan di Indomaret Kota Parepare.....	35
4.2	Transaksi di Indomaret Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam.....	51
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN.....		72

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 4.1	Daftar Produk Promo/Diskon	42
Tabel 4.2	Daftar Harga Produk di Indomaret	46
Tabel 4.3	Data Persediaan Barang	53
Tabel 4.4	Selisih Harga	57
Tabel 4.5	Program Donasi Indomaret Secara Nasional	65



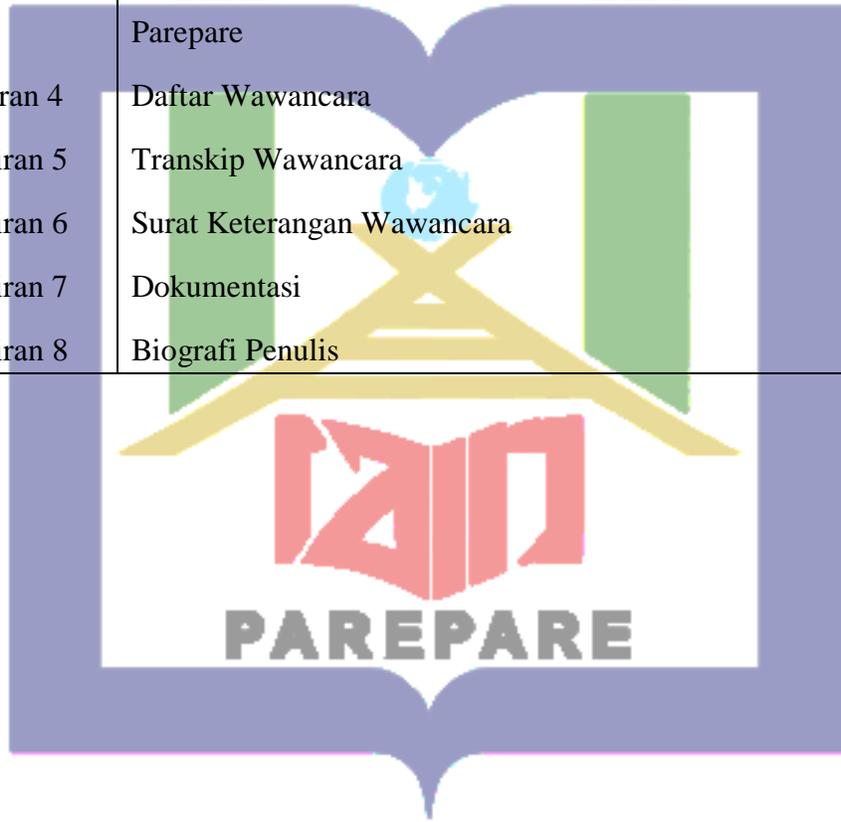
DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
1	Bagan Kerangka Pikir	28
2	Proses Perubahan Harga Indomaret	61



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari IAIN Parepare	73
Lampiran 2	Surat Rekomendasi Izin Melaksanakan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal Kota Parepare	74
Lampiran 3	Surat Keterangan Selesai Penelitian dari Indomaret Kota Parepare	75
Lampiran 4	Daftar Wawancara	76
Lampiran 5	Transkrip Wawancara	78
Lampiran 6	Surat Keterangan Wawancara	79
Lampiran 7	Dokumentasi	80
Lampiran 8	Biografi Penulis	86



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini suatu perusahaan dituntut untuk tanggap terhadap perubahan suatu lingkungan dalam dunia pemasaran karena semakin banyaknya pesaing dalam usaha, terutama dalam penetapan harga. Penentuan harga jual merupakan unsur penting dalam pengambilan suatu keputusan untuk pertumbuhan perusahaan. Kesalahan penentuan harga akan berakibat fatal, jika harga ditentukan terlalu mahal pelanggan akan tidak membeli produk dan akan berpindah ke perusahaan lain, dan jika harga terlalu murah akan mengakibatkan kerugian.¹

Perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan menyesuaikan keinginan pelanggan sehingga perusahaan harus mampu mendeteksi apa yang menjadi kebutuhan pasar atau keinginan konsumen setiap perubahan situasi sebagai peluang. Perusahaan tidak akan berkembang tanpa adanya pelanggan. Semakin banyak pelanggan, maka perusahaan akan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Perusahaan harus dapat memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang ada. Para pelanggan yang puas biasanya terkait dengan bertahannya pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.²

¹Muhaimin Ikbal, *Kebijakan Ekonomi Islam* (cet.I; Jakarta gema insani pres,2005), h. 1.

²Santoso Poedjosebroto, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta : Bharata, 2006), h. 82.

Dalam upaya meningkatkan kesetiaan pelanggan, suatu perusahaan juga harus memikirkan tanggungjawab yang harus dilakukan. Hal ini yang memunculkan pemikiran bahwa bisnis adalah pekerjaan yang tidak bermoral. Untuk menjadikan bisnis menjadi kegiatan usaha yang baik maka aturan-aturan bisnis harus dilakukan agar bisnis bisa berjalan dengan baik dan tidak merugikan orang lain. Baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi.

Etika bisnis berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Jadi etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standar of conduct*) yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan seseorang. Dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi.³

Bisnis yang sebenarnya adalah bisnis yang tidak mengabaikan etika, sehingga memberikan dampak yang positif bagi konsumen hal ini sangat penting bagi keberlangsungan karena bisa jadi keberhasilan suatu bisnis tergantung pada etika pelaku bisnis, pelaksanaan etika bisnis pada masyarakat sangat didambakan oleh semua orang. Namun berdasarkan faktanya, masih banyak pelanggaran etika dalam melaksanakan bisnis, sehingga menimbulkan spekulasi bagi pelaku bisnis.

Bertitik tolak dari hal di atas, maka penerapan etika bisnis Islam dalam berdagang sangatlah penting, karena dalam suatu organisasi bisnis khususnya perdagangan pastilah memerlukan pelaku-pelaku yang jujur, adil dan objektif, tidak curang, serta dapat menghindari sifat-sifat tercela lainnya, sehingga keberadaan bisnis

³Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 53.

bisa saling menguntungkan, bukan keberuntungan sepihak melainkan keduanya dalam hal ini yaitu antara penjual dan pembeli saling membutuhkan.⁴

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jual beli yaitu mini market (indomaret). Pendirian mini market yang semakin berkembang dan semakin banyak. Terdapat perkembangan atau pendirian mini market yang terus menerus semakin meningkat untuk memperluas segmen pasar di setiap tempat.

Indomaret merupakan salah satu jaringan mini market di Indonesia yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 M². Awal terbentuknya perusahaan ini dimulai dari sebuah toko Indomaret yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari yang pertama kali dibuka pada tahun 1987 di Pontianak, Kalimantan Barat. Usaha ini mulai berkembang ketika PT. Indomarco Primatama pertama kali membuka gerai Indomaret di Jakarta, dan kemudian disusul dengan pembukaan gerai-gerai Indomaret di tempat-tempat lainnya.⁵

Sinergi pewaralaba (Indomaret) dan terwaralaba (masyarakat) ini merupakan salah satu keunggulan domestik dalam memasuki era globalisasi. Dalam mencermati bisnis baru, kadang pebisnis hanya terfokus pada keuntungan finansial. Padahal banyak keuntungan lain yang bisa diperoleh, khususnya yang membeli hak waralaba, dan Indomaret memberikan berbagai keuntungan sehingga dapat menjadi kekuatan bagi yang hendak memasuki dunia wirausaha.

Konsep harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah merupakan harga nilai barang yang dibayar untuk objek yang sama diberikan, pada waktu dan tempat yang

⁴Hasan Aedi, *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2011), h.7.

⁵Reni Sri Muljayanti, "Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi Dan Customer Service Terhadap Citra Minimarket Indomaret"(Skripsi Sarjana: Ekonomi dan Bisnis: Jakarta, 2011), h. 3.

diserahkan barang tersebut. Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain. Dengan harga yang adil, kedua pihak akan memperoleh kepuasan masing-masing serta tidak ada pihak yang dirugikan.

Namun pada kenyataannya penetapan harga yang digunakan oleh Indomaret belum menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah, dimana dalam prakteknya indomaret melakukan ketidakjelasan dalam mekanisme penetapan harganya, yaitu menetapkan harga dengan sistem *odd price* atau nominal angka ganjil seperti nominal harga Rp 6.400,- yang tidak ada pecahan uang seganjil itu. Penerapan nominal harga sebuah barang yang tertera dilabel harga dengan menggunakan nominal harga Rp 7.800,- Rp 8.100,- atau Rp 19.000, harga-harga tersebut memang akan murah jika berbelanja dalam jumlah yang banyak, tetapi jika hanya membeli satu maka pada saat pembayaran terjadi perbedaan antara harga yang tertera dilabel dengan harga pada saat pembayaran, yaitu seringkali konsumen membayar dengan harga yang lebih mahal yang seharusnya membayar Rp 19.900,- namun membayar sebesar Rp 20.000,-

Kesalahan dalam penentuan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi, tindakan penetapan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan para pelaku usaha tidak disukai oleh para pembeli, bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik usaha. Penentuan harga yang tidak diinginkan oleh para pembeli bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh sebagian atau semua pembeli.⁶

Walaupun hal ini seakan menjadi kebiasaan dan masyarakat sebagai konsumen menerimanya, namun ada baiknya para pelaku bisnis menerapkan konsep

⁶Sovi Nur Aisyah, “ Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah” (Skripsi Sarjana: Syariah dan Ekonomi Islam: Cirebon, 2015), h. 5.

jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan dan tidak merugikan orang lain. Dalam kaitan itulah penelitian ini dilakukan. Berdasarkan uraian-uraian diatas, maka penulis akan memfokuskan penelitian pada bidang penetapan harga dan sistem pembayaran di Indomaret, dengan judul Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Harga Label Produk Dan Sistem Pembayaran Di Indomaret Kota Parepare.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Bagaimana sistem pembayaran yang diterapkan di Indomaret Kota Parepare ?
- 1.2.2 Bagaimana transaksi di Indomaret Kota Parepare berdasarkan Etika Bisnis Islam ?

1.3 Tinjauan Penelitian

- 1.3.1 Untuk menganalisis harga label produk dan sistem pembayaran yang diterapkan oleh Indomaret Kota Parepare.
- 1.3.2 Untuk menganalisis tanggapan masyarakat tentang sistem pembayaran yang diterapkan oleh Indomaret Kota Parepare.

1.4 Kegunaan Penelitian

- 1.4.1 Kegunaan teoritis, bagi akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan pemikiran dalam bidang harga label produk dan sistem pembayaran.
- 1.4.2 Kegunaan Praktis, bagi masyarakat hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi kepada masyarakat mengenai etika bisnis islam yang diterapkan dalam sistem pembayaran Indomaret.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Terkait dengan pembahasan tentang penetapan harga telah ada beberapa peneliti yang membahas tentang penetapan harga diantaranya yaitu :

Peneliti pertama Nadyah Sulpa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar dalam penelitiannya berjudul "*Proses Penentuan Harga Jual Pada Rumah Makan Minang Di Makassar*". Dalam penelitiannya menguraikan tentang proses penentuan harga jual menurut perusahaan, dan nilai harga jual produk jika dihitung dengan *cost plus pricing*.

Metode penentuan harga jual Rumah Makan Citra Minang adalah berdasarkan pada unsur biaya bahan baku utama saja, yaitu lauk. Harga jual pada Rumah Makan Citra Minang berdasarkan metode tersebut adalah Rp.16.000,-. Penentuan harga jual pada Rumah Makan Citra Minang menurut teori dengan metode *cost plus pricing* yaitu berdasarkan biaya produksi, maka diperoleh harga jual sebesar Rp. 17.000,-. Dan harga jual yang diperoleh Rumah Makan Citra Minang lebih kecil dari perhitungan *cost plus pricing* dengan persentase mark-up mencapai 49,09%.⁷

Peneliti yang kedua Iman Romansyah Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung dalam penelitiannya berjudul "*Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*". Dalam penelitiannya menguraikan

⁷ Nadyah Sulpa, *Proses Penentuan Harga Jual Pada Rumah Makan Citra Minang Di Makassar*, (Makassar: Jurusan Akuntansi Ekonomi dan Bisnis, 2014).

tentang penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan pada toko kue dan roti di Bandar Lampung, dan penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan pada toko kue dan roti di Bandar Lampung persfektif Islam.

Penetapan harga terhadap volume penjualan dilihat dari konsep harga menurut Ekonomi Islam, penetapan harga pada perusahaan Yussy Akmal pada permintaan menunjukkan bahwa selera konsumen mempengaruhi suatu tingkat permintaan dan pada penawaran jika produk yang dihasilkan mengandung *mashlahah* pada konsumen maka akan berpengaruh terhadap tingkat produksi dan otomatis akan mempengaruhi tingkat keuntungan Yussy Akmal.⁸

Kemudian peneliti ketiga Hasnah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dalam penelitiannya berjudul "*Penetapan Harga Jual Dalam Persfektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Prasmanan Arhy di Makassar)*". Dalam penelitiannya menguraikan tentang penetapan harga jual di Rumah Makan Prasmanan menurut Persfektif Islam.

Penetapan harga terhadap rumah makan tersebut dilihat dari konsep Ekonomi Islam, penetapan harga dalam perusahaan tersebut dilakukan demi kepuasan konsumen tanpa merugikan pihak produsen atau mengedepankan kemaslahatan bersama dalam hal ini sesuai dengan konsep berbasis kejujuran jual beli dalam pandangan Islam.⁹

Dari ketiga penelitian sebelumnya memfokuskan penelitiannya pada peranan penentuan harga jual dalam penjualan makanan memegang peranan yang penting,

⁸Iman Romansyah, Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Persfektif Ekonomi Islam (Lampung: Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, 2016).

⁹Hasnah, Penetapan Harga Jual Dalam Presfektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Prasmanan Arhy) (Makassar: Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, 2013).

sebab harga jual adalah nilai moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pelanggan dan menjelaskan penetapan harga terhadap volume penjualan dilihat dari konsep harga menurut Ekonomi Islam. Sedangkan peneliti kali ini membahas tentang bagaimana model dan transaksi pembayaran berdasarkan etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Indomaret Kota Parepare.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Etika Bisnis Islam

A. Pengertian Etika Bisnis

Etika berasal dari bahasa Yunani “*ethos*” yang berarti adat kebiasaan yang merupakan bagian dari filsafat. Menurut *Webster Dictionary* (2012), etika ialah ilmu tentang tingkah laku manusia, prinsip-prinsip yang disistematisasi tentang tindakan moral yang benar. Etika secara terminologis ialah studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya. Dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.¹⁰

Pada dasarnya, etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan pelakunya. Secara etimologi, etika identik dengan moral, karena telah umum diketahui bahwa istilah moral berasal dari kata “*moes*” (dalam bentuk tunggal) dan “*mores*” (dalam bentuk jamak) dalam bahasa latin yang artinya kebiasaan atau cara hidup.¹¹ Dengan demikian ada kesamaan antara etika dan moral, namun ada pula perbedaannya yaitu etika lebih banyak bersifat teori dan moral

¹⁰Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Cet. II; Jakarta: Kencana, 2007), h.5

¹¹A.Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010), h. 47.

lebih banyak bersifat praktis, etika merupakan tingkah laku manusia secara umum (universal), sedangkan moral bersifat lokal, lebih khusus.

Etika dipahami juga sebagai suatu perbuatan standar (*standard of conduct*) yang mengarahkan individu untuk membuat keputusan. Etika merupakan studi mengenai perbuatan yang salah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang. Keputusan etik ialah suatu hal yang benar mengenai perilaku standar. Etika bisnis kadang-kadang disebut pula dengan etika manajemen, yaitu penerapan standar moral ke dalam kegiatan bisnis. Etika adalah model perilaku yang diikuti untuk mengharmoniskan hubungan antara manusia meminimalkan penyimpangan dan berfungsi untuk kesejahteraan masyarakat.¹²

Kata “Bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “Bussiness” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan. Pengertian bisnis tujuan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.¹³

Secara etimologi, *bisnis* berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “bisnis” sendiri memiliki tiga pengguna, tergantung skopnya penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan.

¹²Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam* (Yogyakarta: AK GROUP, 2005), h. 4.

¹³Buchari Alma, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 5.

Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.¹⁴

Dari uraian tersebut di atas maka dapat didefinisikan Etika bisnis ialah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.

B. Nilai-Nilai Bisnis

Mandat sosial untuk bisnis tidak hanya diberi dalam hukum. Keinginan masyarakat akan persediaan barang yang banyak dan berkualitas tinggi dengan harga yang serendah mungkin pada hakikatnya adalah suatu mandat sosial. Bertamengkan hukum sebagai pertahanan terakhir terhadap segala tuntutan moral sering bukan menggambarkan itikad buruk atau hasrat untuk tidak bermoral. Sebab musababnya lebih mendalam, yakni ketiadaan struktur-struktur intern dalam perusahaan untuk dapat menanggapi pertimbangan-pertimbangan, baik dari segi moral maupun dari segi keluarga, serta tidak adanya keyakinan akan kemampuan mereka yang menjalankan bisnis itu untuk melibatkan diri dalam penalaran moral yang berlangsung dalam masyarakat.

Bahkan perusahaan-perusahaan yang bermoral tinggi pun segan sekali membela posisi mereka dari sudut moral. Ini merupakan sebagian dari akibat mitos, yang menyatakan, bahwa bisnis itu tidak bermoral.

Konsep bisnis orang yang terkena “penyakit” sistem ekonomi yang demikian ialah bahwa bisnis tidak kenal nilai-nilai kecuali nilai uang. Setiap orang di dalam

¹⁴Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 28-29.

sistem ini adalah untuk mencari keuntungan semata-mata. Pasaran menjadi semacam daerah tak bertuan di mana kepentingan umum hanya terjadi secara kebetulan dan tanpa disengaja. Ini gambaran yang pincang. Tidak ada sistem ekonomi yang kerjanya demikian.

Kita sama mengetahui bahwa sumber-sumber alam yang tersedia adalah terbatas dan betapa industrialisasi harus dibayar dengan mahal. Kita juga sudah sadar betapa peka keseimbangan sistem ekonomi ini, sehingga tiap perubahan diciptakan mengakibatkan rentetan perubahan lain yang kadangkala amat merugikan. Padahal yang demikian itu tidak dikehendaki.

Para usahawan tidak bisa lagi bertindak menurut kemauan masing-masing. Peraturan/keputusan dan kebijaksanaan pemerintahan membuat semua gerak-gerik di dalam pasar menjadi lamban. Disamping itu, perusahaan-perusahaan diwajibkan mempertimbangkan dampak tindakannya atas lingkungan masyarakat dan kepentingan umum.

Struktur bisnis pada umumnya tidak serasi untuk menangani tuntutan-tuntutan moral atau menyimak nilai-nilai selain laba/rugi.¹⁵

C. Etika Bisnis Islam

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

¹⁵OP. Simorangkir, *Etika Bisnis, Jabatan, dan Perbankan*(Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h. 35-36.

Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standar untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya, etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.

Dalam membicarakan etika bisnis Islam adalah menyangkut “*Bussiness Firm*” dan “*Bussiness Person*”, yang mempunyai arti yang bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan. Jadi, etika bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran islam.

D. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip dasar etika bisnis islam mencakup :

1. Kesatuan (*Unity*)

Adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem islam.

2. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surah Al-Maidah: 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاَنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ
أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ - ٨ -

Terjemahnya:

“Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan(kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sesekali-sesekali kebencianmu terhadap suatu kaum men-dorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa”.¹⁶

3. Kehendak Bebas (*Free will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui, zakat, infak, dan sedekah.

4. Tanggung jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntun adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

¹⁶Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran Dan Terjemahan Bahasa Indonesia*, h.135

5. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam dengan menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.¹⁷

2.2.2 Teori Harga

Price (harga) nilai uang dari satu unit barang (*good*), jasa (*service*), aktiva (*asset*) atau masukan faktor (faktor input). Dalam beberapa pasar (misalnya, perfect competition, maka harga seluruhnya akan ditetapkan oleh kekuatan-kekuatan permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Sebaliknya dalam pasar-pasar yang lain seperti, (pasar monopoli, para pemasok yang kuat dianggap mempunyai keleluasan dalam menetapkan harga. Dalam keadaan-keadaan tertentu, harga-harga mungkin berada pada pengendalian harga (*price control*) pemerintah melalui kebijakan harga dan pendapatan (*price and policy*).¹⁸

Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen ini menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengomunikasikan

¹⁷Abdul Aziz, *Etika Bisnis Pesrfektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 45-46.

¹⁸Christoper pass and Bryan Lowes, *Kamus Lengkap Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 1988), h. 499.

positioning nilai yang dimaksudkan dari produk atau merk perusahaan ke pasar. Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar.¹⁹ Harga bukan hanya angka-angka. Harga mempunyai banyak bentuk dan fungsi. Sewa, uang/fee, bunga, tarif, biaya penyimpanan, gaji, dan komisi semuanya merupakan harga yang harus dibayar untuk mendapatkan barang dan jasa. Di dalam suatu bisnis jual-beli tidak akan terlepas dari permasalahan harga, harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual-beli dari produsen ke konsumen melalui penetapan harga.

2.2.3 Teori Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang di hasilkan. Penetapan harga telah memiliki fungsi yang sangat luas di dalam program pemasaran. Menetapkan harga berarti bagaimana mempertautkan produk kita dengan aspirasi sasaran pasar, yang berarti pula harus mempelajari kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. Dalam penetapan harga, produsen harus memahami secara mendalam besaran sensitifitas konsumen terhadap harga.²⁰

Mekanisme penetapan harga adalah suatu cara pertimbangan yang digunakan untuk menentukan bagaimana suatu produk atau barang yang dijual bisa laku dipasaran setelah adanya intraksi permintaan dan penawaran dan juga untuk bisa bersaing dengan perusahaan atau pedagang lainnya. Abu Yusuf mengatakan bahwa mekanisme dalam penetapan harga tidak terlepas dari mekanisme pasar, ia mengatakan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan

¹⁹Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 67.

²⁰Ahmad Humairah, *Manajemen Pemasaran (Study Perbandingan, 2004)*, h. 12.

harga, pemahamannya saat itu bahwa bila tersedia sedikit barang maka harga akan mahal dan demikian sebaliknya.

Sistem distribusi barang dari produsen ke konsumen dimulai institusi pemasaran yakni pedagang besar, pedagang eceran, dan juga pedagang asongan. Pada umumnya, pedagang besar tidak berhubungan langsung dengan para konsumen, penjualan kepada konsumennya merupakan kegiatan sampingan dan biasanya berlaku atas inisiatif konsumen. Penjualan kepada konsumen merupakan sebagian kecil dari keseluruhan nilai penjualan. Dalam pendistribusian barang pedagang besar memberikan sumbangan penting kepada produsen maupun pengecer.

Perusahaan menentukan dan menetapkan tujuan yang ingin dicapai maka selanjutnya adalah menentukan metode penetapan harga. Umumnya metode penetapan harga terbagi menjadi 3 macam pendekatan yaitu :

1. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

Dalam metode penetapan harga ini memiliki faktor yang utama yaitu aspek penawaran (biaya). Dalam metode ini harga akan ditentukan berdasarkan dengan biaya produksi dan juga biaya pemasaran produk yang selanjutnya akan ditambah dengan jumlah-jumlah tertentu untuk dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead, serta laba.

2. Penetapan Harga Berdasarkan Harga Pesaing/Kompetitor

Dalam metode penetapan harga ini umumnya dalam pelaksanaannya akan menggunakan harga pesaing sebagai referensi, tapi pendekatan ini cenderung cocok untuk produk yang standar di pasar oligopoli. Untuk menarik perhatian konsumen perusahaan akan menggunakan strategi harga yang telah dirancang.

3. Penetapan Harga Berdasarkan Permintaan

Dalam metode penetapan harga ini dilakukan berdasarkan persepsi konsumen terhadap price value, price sensitivity serta perceived quality. Dalam mengetahui nilai harga atas kualitas suatu produk maka perlu dilakukan analisa Price Sensitivity Master (PSM), dalam menggunakan analisis ini umumnya konsumen diminta agar memberikan pernyataan mengenai harga apakah murah, mahal, atau pas kemudian dikaitkan dengan kualitas produk.²¹

2.2.4 Teori Produk

Pada hakekatnya seseorang membeli produk bukan hanya sekedar ia ingin memiliki produk. Para konsumen membeli barang atau jasa karena barang atau jasa tersebut dipergunakan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang biasa ditawarkan sebagai usahan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan.²²

²¹Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* (Surakarta: Erlangga, 2012), h. 169-170.

²² Bayu Triyanto, "Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian" (Skripsi Sarjana: Fakultas Ilmu Keolahragaan, 2014), h. 15.16.

2.2.5 Teori Sistem

A. Pengertian Sistem

Secara etimologis, sistem berasal dari bahasa Yunani yaitu sistem yang berarti, keseluruhan yang tersusun dari sekian banyak bagian dan hubungan yang berlangsung diantara satuan-satuan atau komponen secara teratur. Secara terminologi, sistem adalah suatu cara yang mekanismenya berpola dan konsisten, bahkan mekanismenya sering bersifat otomatis. Hal ini berarti bahwa sistem mencakup berbagai subsistem yang integral, yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan. Setiap memegang peran, tugas, dan kedudukannya masing-masing, tetapi keterkaitan tugas dan kedudukan antar-sistem menentukan tercapainya tujuan.²³

Dalam kamus bahasan Indonesia sistem adalah perangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas.²⁴ Adapun pengertian yang dikemukakan oleh para ahli walaupun dengan rumusan yang berbeda-beda tetapi mengandung maksud yang sama, sebagai berikut:

1. Menurut Budi Sutedjo sistem adalah kumpulan elemen yang saling berhubungan satu sama lain yang membentuk satu kesatuan dalam usaha mencapai satu tujuan.²⁵
2. Menurut AM. Kadarman dalam bukunya pengantar ilmu manajemen bahwa sistem adalah suatu kumpulan bagian yang saling berhubungan dan bergantung serta diatur sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu keseluruhan.²⁶

²³Helmawati, *Sistem Informasi Manajemen* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), h. 13-14.

²⁴Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 1320.

²⁵ Eti Rochaety Pontjoroni Rahayuningsih dan Prima Gusti Yanti, *Sistem Informasi Manajemen Pendidikan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), h. 3.

²⁶AM. Kadarman, Yusuf Uday, *Pengantar Ilmu Manajemen* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), h. 8.

Dengan definisi tersebut dapat dipahami bahwa Sistem Pembayaran merupakan kerja yang teratur dari berbagai bagian dalam rangka perpindahan nilai di antara dua belah pihak yang melakukan transaksi.

B. Sistem Pembayaran menurut Ekonomi Islam

Adapun hal-hal yang harus di terapkan dalam Sistem Pembayaran menurut Ekonomi Islam yaitu :

1. Adanya Akad atau Perjanjian

Akad atau perjanjian harus dilaksanakan sebelum adanya transaksi pasti akan selalu ada kesepakatan mulai dari penentuan harga, kualitas barang, dan syarat-syarat penjualan dan pembelian barang. Akad ini dilakukan bukan saja hanya karena untuk formalitas, melainkan menjamin hak-hak dari setiap orang agar transaksi ekonomi tidak ada yang dirugikan sama sekali. Akad ini juga berfungsi agar satu sama lain bias menjalankan dengan keterbukaan dan transparansi, sehingga di lain waktu tidak ada yang merasa dirugikan.

2. Berniaga dengan Jalan Suka sama suka

Dalam sebuah transaksi termasuk pada transaksi ekonomi, maka pelaksanaannya harus dilakukan karena suka sama suka. Dalam transaksi tersebut tidak boleh ada paksaan ataupun hati yang tidak ikhlas ketika melakukannya. Hal ini didasarkan pada (Q.S An Nisa 4:29) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا - ٢٩ -

Terjemahnya:

“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”.

Untuk itu, menjalankan transaksi menurut Islam harus dilakukan dengan suka sama suka, tidak ada yang terdzalimi, paksaan, apalagi ancaman dalam melakukannya agar suka sama suka, maka transaksi tersebut harus dilakukan oleh orang yang sadar, berakal, dan juga bias memilih sesuai dengan kebutuhannya.

3. Larangan Penipuan

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ
الْغَرَرِ (رَوَاهُ مُسْلِمٌ)

Terjemahnya:

“Dari Abu Hurairah berkata : Rasulullah SAW melarang jual beli dengan Hashah (melempar batu/kerikil) dan jual beli dengan cara menipu”. (HR.Muslim).

Hadist di atas menunjukkan bahwa kita dilarang untuk melakukan jual beli yang mengandung penipuan, ketidakjujuran, seperti membohongi kualitas barang, membayar tidak utuh, berjanji dan tidak ditepati dan sebagainya termasuk ke dalam penipuan yang jelas berdosa jika dilakukan. Selain itu, harta yang dijalankan dari proses tersebut tentu adalah harta yang tidak halal dan tidak berkah. Penipuan hanya membuat efek bahagia sementara, sedangkan transaksi tersebut justru membawa efek mudharat mereka sendiri seperti, tidak akan dipercaya, membangun moral yang buruk, dan hilangnya keimanan pada titik tertentu.

4. Prinsip Akuntansi dan Kejelasan Transaksi

Prinsip transaksi Ekonomi Islam yang terakhir adalah adanya pencatatan dan kejelasan transaksi. Prinsip ini harus dilakukan agar tidak ada konflik, merasa tertipu, atau pelaku transaksi yang kabur, untuk itu Allah mengatakan bahwa hendaklah ada saksi atau pencatatan yang dipercaya agar transaksi ekonomi dapat dibuktikan dan tidak lupa begitu saja, misalnya dalam peminjaman utang, maka baiknya ada

pencatatan dan juga pembuktian bahwa kita pernah membeli atau memberikan uang kepada siapa, ditinggal kapan, dan saksi yang dapat dipercaya. Untuk hari ini, saksi sudah dapat berkembang, adanya mesin print, cctv, scanning, dan sebagainya, bisa membuktikan transaksi seseorang. Hal ini bias mencegah seseorang untuk membuat kejahatan atau melakukan penipuan. Tentu saja akan mudah diketahui jika melakukan penipuan. Hal-hal tersebut adalah prinsip transaksi Ekonomi Islam yang harus dijalankan setiap orang.²⁷

C. Prinsip Dasar Sistem Pembayaran

Prinsip-prinsip dasar dalam Sistem Pembayaran tersebut, yakni :

1. *Risk Reduction*

Salah satu prinsip dasar sistem pembayaran adalah meminimalisasi risiko (*risk reduction*). Sistem pembayaran yang ada haruslah memiliki sedikit risiko ataupun tidak ada risiko sama sekali agar tidak ada pihak yang saling merasa dirugikan akibat dari sistem pembayaran yang ada. Terdapat berbagai jenis risiko mungkin saja terjadi dalam sistem pembayaran, antara lain risiko likuiditas yakni kemampuan sebuah bank atau perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, risiko operasional yakni risiko yang disebabkan oleh fluktuasi pendapatan operasi. Bentuk risiko ini tergantung pada keragaman permintaan, harga penjualan, harga input, dan jumlah leverage operasi.

Risiko kredit yakni risiko yang berkaitan dengan kemungkinan pihak lain untuk suatu kontrak tidak mau atau tidak mampu memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan dalam kontrak yang menyebabkan pemegang tagihan (klaim) mengalami

²⁷ Annonymous, *Instrumen Pembayaran Pengantar Sistem Pembayaran dan Instrumen Pembayaran* (Jakarta: DASP, 2009), h. 12.

kerugian, dan juga risiko sistemik. Pada dasarnya pengendalian atas berbagai risiko-risiko tersebut menjadi tanggung jawab masing-masing penyelenggara Sistem Pembayaran. Penyelenggara berkewajiban memastikan agar seluruh risiko telah dikendalikan secara memadai di dalam perancangan desain sistem, operasionalisasinya dan aturan mainnya.

2. Efisiensi

Prinsip lainnya di dalam Sistem Pembayaran adalah peningkatan efisiensi. Arah dari prinsip ini adalah untuk menuju efisiensi Sistem Pembayaran yang pada gilirannya harus dapat mendukung efisiensi perekonomian.

Efisiensi dapat dilihat dari berbagai hal. Terutama efisien dalam operasional yang menyangkut pemanfaatan waktu (*efficient timely services*). Sistem Pembayaran harus dapat memastikan bahwa waktu dalam transaksi pembayaran dapat berjalan sangat efisien. Misalnya, penerapan *settlement* dengan sistem RTGS (*Real Time Gross Settlement*) yang mampu mentransmisikan transfer dana terkait kebijakan moneter secara tepat. Hal ini, tentunya juga akan mengurangi lag dengan pengaruh kebijakan moneter yang telah diambil.

Efisiensi juga dapat dilihat dari hal yang lebih teknis, misalnya implementasi teknologi tanpa kertas (*paperless*). *Credit note* dapat diproses secara lebih efisien tanpa menggunakan kertas. Dengan demikian, efisiensi dapat diterapkan, di mana sistem kiring dengan menggunakan kertas hanya dilakukan untuk memproses warkat debit saja. Sejauh ini, warkat debit tidak mungkin untuk dilakukan secara *paperless*.

Pengembangan Sistem Pembayaran nasional dalam rangka menunjang prinsip efisiensi diusahakan untuk memaksimalkan penggunaan dari infrastruktur Sistem Pembayaran baik yang telah ada saat ini maupun yang akan dikembangkan. Sebagai

contoh, pengembangan interkoneksi jaringan ATM di antara beberapa provider diharapkan dapat menekan biaya bagi bank-bank untuk menyediakan infrastruktur tambahan dan secara tidak langsung dapat meningkatkan jasa pelayanan perbankan kepada masyarakat.

3. Kesetaraan Akses

Prinsip kesetaraan ditujukan baik untuk pengambil kebijakan, penyelenggara Sistem Pembayaran, maupun pengguna Sistem Pembayaran. Dengan kata lain, kebijakan ini ingin menjamin keseimbangan dalam pengambilan kebijakan Sistem Pembayaran, dalam penyelenggaraan Sistem Pembayaran dan keseimbangan akses seluruh masyarakat kepada Sistem Pembayaran.

Kesetaraan akses dimaksud adalah persamaan hak pada semua pihak yang terkait dalam Sistem Pembayaran. Tidak ada pihak yang diistimewakan, semua diberi akses sesuai dengan peran dan fungsinya. Termasuk misalnya, risiko yang terkandung di Sistem Pembayaran harus ditanggung oleh semua pihak terkait secara seimbang dan tidak ditanggung oleh satu pihak, misalnya bank sentral.

4. *Consumer Protection*

Prinsip penting lainnya dalam Sistem Pembayaran adalah prinsip melindungi konsumen. Bank sentral mempunyai kewenangan dan tanggung jawab untuk melakukan pengawasan agar masyarakat luas dapat memperoleh jasa Sistem Pembayaran yang efisien, cepat, aman, dan andal. Dalam tanggung jawab ini tersirat suatu makna bahwa aspek perlindungan konsumen juga menjadi perhatian penting.

Aspek perlindungan konsumen mencakup hak dan kewajiban pengguna jasa Sistem Pembayaran untuk memperoleh dan memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Demikian halnya dengan pencantuman harga untuk dapat memperoleh jasa

Sistem Pembayaran kepada konsumen (pengguna jasa Sistem Pembayaran) harus mencerminkan kondisi yang benar, jelas, jujur, dan fair. Bank sentral sebagai penyelenggara Sistem Pembayaran akan menetapkan harga kepada bank peserta mengenai berbagai hal, diharapkan bank juga menetapkan harga yang wajar terhadap nasabah bank selaku pengguna jasa bank.

Empat hal itu merupakan prinsip dasar dalam penetapan Sistem Pembayaran, yang tujuannya tidak hanya menjaga stabilitas sistem keuangan, melainkan juga memerhatikan kepentingan masyarakat luas terhadap Sistem Pembayaran yang efisien, cepat, aman, dan andal.²⁸

2.3 Tinjauan Konseptual

Penelitian ini berjudul Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Harga Label Produk dan Sistem Pembayaran di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare. Untuk lebih memahami maksud dari penelitian tersebut maka penulis akan memberikan definisi dari masing-masing kata yang terdapat dalam judul tersebut.

2.3.1 Etika Bisnis

Menurut K Bertens Etika berasal dari bahasa Yunani kuno. Kata Yunani *ethos* dalam bentuk tunggal mempunyai banyak arti: tempat tinggal yang biasa; padang rumput; kandang; kebiasaan, adat; akhlak, watak; perasaan, sikap, cara berpikir. Dalam bentuk jamak artinya adalah adat kebiasaan. Dalam arti ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, tata cara hidup yang baik, baik pada diri seseorang atau kepada masyarakat. Kebiasaan hidup yang baik ini dianut dan diwariskan dari satu generasi ke generasi lain.²⁹ Sedangkan pengertian bisnis secara

²⁸Aulia Pohan, *Sistem Pembayaran Strategi dan Implementasi di Indonesia*(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 70-80.

²⁹K Bertens, *Etika* (Jakarta: Gramedia, 1993), h. 27.

etimologi, bisnis berarti keadaan di mana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “bisnis” sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skopnya, penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan.³⁰

2.3.2 Harga Label Produk

Harga adalah penentuan nilai uang-barang dan harga barang.dengan adanya suatu harga, maka masyarakat dapat menjual suatu barang yang mereka miliki dengan harga yang umum dan dapat diterima. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Maka harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai dan mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.³¹Label merupakan salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merek produk, baha baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas.³²Sedangkan Produk (product) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.³³

³⁰Wikipedia,*Bisnis*, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bisnis>. (Diakses pada tanggal 30 Juni 2019 pukul 16.30).

³¹Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam* (Bogor: Guepedia, 2018), h. 26.

³²Try Gandi Saputra, “*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Placement Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Private Label*” (Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2016), h. 4.

³³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 4.

2.3.3 Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran merupakan sistem yang berkaitan dengan pemindahan sejumlah nilai uang dari satu pihak ke pihak lain. Pembayaran yang dilakukan sendiri dapat berupa pembayaran untuk kegiatan sehari-hari seperti pembelian barang dan jasa, pembayaran berupa tagihan seperti listrik, air, internet, telepon, kartu kredit dll. Ada banyak cara yang dapat digunakan sebagai media pemindahan uang tersebut, baik menggunakan tunai maupun non tunai.³⁴

2.3.4 Indomaret

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 M2. Dikelola oleh PT Indomarco Prismatama. Lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan non-makanan tersedia dengan harga bersaing, memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari.³⁵

2.3.5 Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariat Islam.³⁶

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Harga Label Produk Dan Sistem Pembayaran Di Indomaret Kota Parepare adalah analisis yang dilakukan untuk melihat apakah harga-harga yang diterapkan

³⁴ Wikipedia, Sistem Pembayaran, https://id.m.wikipedia.org/wiki/Sistem_pembayaran, (diakses pada hari senin 1 Juli 2019, pukul 09.15).

³⁵ Bahaduri Wibisono, *Persepsi Konsumen Terhadap Produk Private Label Indomaret (Studi pada Indomaret di Salatiga)*(Salatiga: Ekonomi dan Bisnis, 2014).

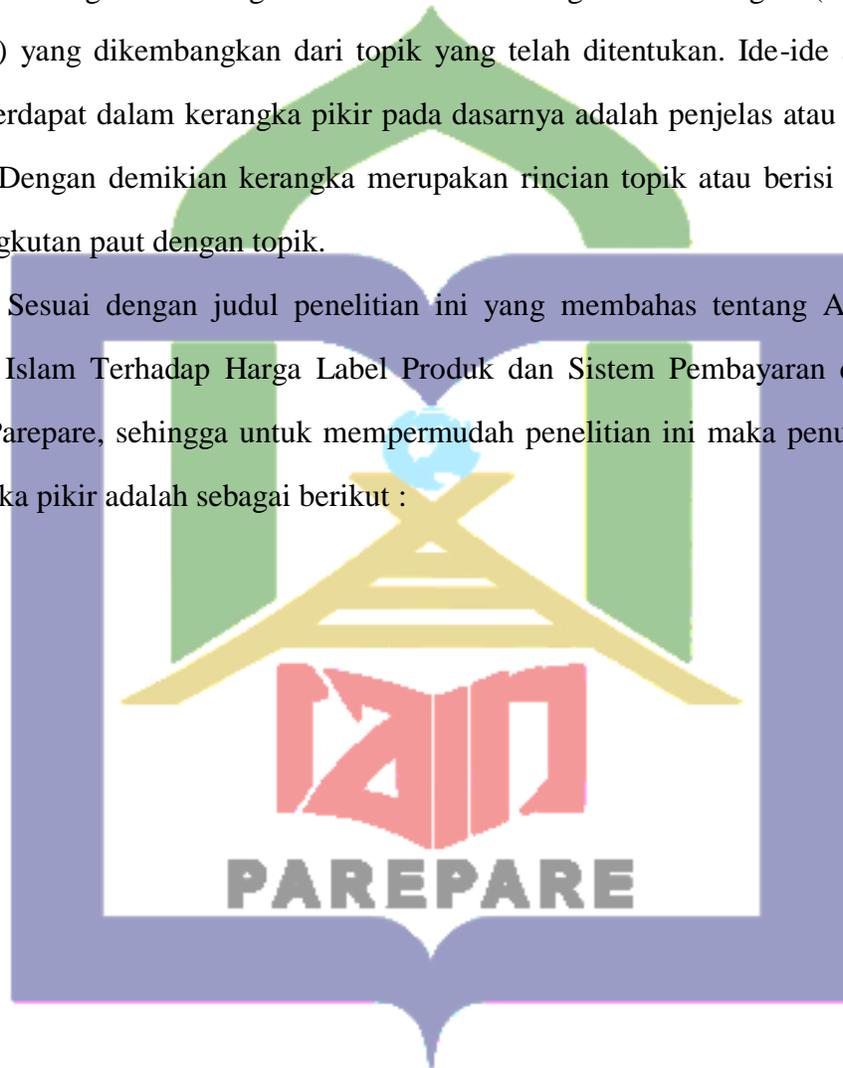
³⁶ M. Ridwan Nullah, *Etika Berbisnis yang Baik Ala Rasulullah SAW*,<https://www.kompasiana.com/mridwan>, (Diakses pada hari senin 1 Juli 2019 pukul 10.00).

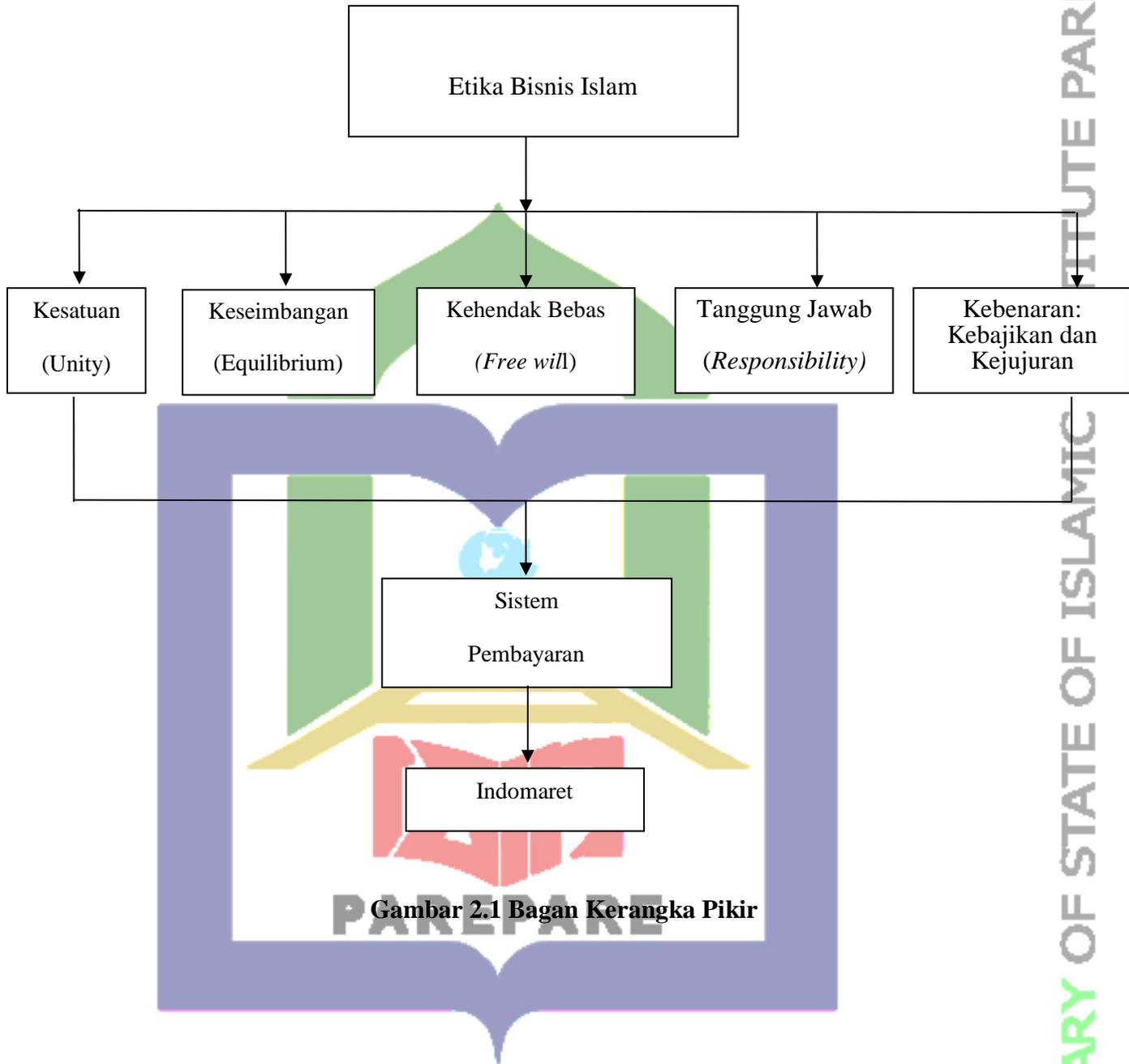
pada suatu produk dan sistem pembayaran produk tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

2.4 Kerangka Pikir

Kerangka adalah garis besar atau rancangan isi kerangka (dalam hal ini skripsi) yang dikembangkan dari topik yang telah ditentukan. Ide-ide atau gagasan yang terdapat dalam kerangka pikir pada dasarnya adalah penjelas atau ide bawahan topik. Dengan demikian kerangka merupakan rincian topik atau berisi hal-hal yang bersangkutan paut dengan topik.

Sesuai dengan judul penelitian ini yang membahas tentang Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Harga Label Produk dan Sistem Pembayaran di Indomaret Kota Parepare, sehingga untuk mempermudah penelitian ini maka penulis membuat kerangka pikir adalah sebagai berikut :





Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

Penelitian ini adalah tentang Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Harga Label Produk dan Sistem Pembayaran adapun yang menjadi Prinsip-prinsip Ekonomi Islam tentang Etika Bisnis Islam ada 5 yaitu :

Yang pertama ada kesatuan (*unity*), Sebagaimana dalam konsep tauhid yang memadukan segala aspek-aspek kehidupan Muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, atas dasar inilah maka etika dan bisnis membentuk satu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam, kedua yaitu keseimbangan (*equilibrium*) dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, ketiga kehendak Bebas (*free will*) tidak ada batasan bagi seseorang untuk aktif berkarya dan bekerja akan tetapi kebebasan yang diberikan seharusnya tidak merugikan atau mengganggu kepentingan orang lain, keempat tanggungJawab (*responsibility*) disini tanggungjawab berkaitan dengan kehendak bebas yang menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukan, dan yang kelima yaitu kebenaran, Kebajikan, dan Kejujuran dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap, dengan perilaku yang benar yang meliputi proses akad (transaksi), dan proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

Dari kelima prinsip inilah yang akan dijadikan tolak ukur untuk melihat sistem pembayaran di Indomaret apakah sudah menerapkan prinsip-prinsip tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode-metode penelitian yang digunakan dalam pembahasan ini meliputi beberapa hal yaitu jenis penelitian, lokasi, dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Untuk lebih mengetahui metode penelitian dari penelitian ini, maka diuraikan sebagai berikut :

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research). Dengan melakukan pendekatan deskriptif kualitatif, yakni meneliti peristiwa-peristiwa yang ada di lapangan sebagaimana adanya. Namun tidak bisa terlepas juga dari penelitian kepustakaan (library research) karena dapat menjadi rujukan untuk mencari literatur-literatur dalam mengumpulkan data yang berbicara tentang penetapan harga hal-hal lain yang berkaitan dengannya.³⁷

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini akan dilaksanakan di Indomaret Kota Parepare, dan penelitian ini akan menggunakan waktu kurang lebih dua bulan.

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis akan berfokus pada Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Harga Label Produk dan Sistem Pembayaran di Indomaret Kota

³⁷Mardalis, *Metode Penelitian: Pendekatan Proposal* (Cet. 7; Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 26.

Parepare, dimana studi ini membahas tentang selisih harga yang dilakukan berdasarkan tinjauan analisis etika bisnis Islam.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan untuk menganalisis masalah terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.³⁸ Dalam penelitian kualitatif posisi narasumber sangat penting, bukan sekedar memberi respon, melainkan juga sebagai pemilik informasi, sebagai sumber informasi (*key informan*).³⁹ Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari lembaga atau institusi tertentu, seperti Manajer, Pengunjung, Karyawan, dan lain-lain.⁴⁰ Harun Rasyid mengatakan bahwa data diartikan sebagai fakta atau informasi yang diperoleh dari yang didengar, diamati, dirasa, dan dipikirkan peneliti dari aktivitas dan tempat yang diteliti.⁴¹

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh dan segala sesuatu yang berkaitan dengan penelitian yaitu Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Harga Label Produk dan Sistem Pembayaran di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare. Berdasarkan kepada fokus dan tujuan serta kegunaan penelitian, maka sumber data dalam penelitian ini menggunakan dua sumber yaitu :

³⁸Sugioyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Cet. VI; Bandung: Alfabeta, 2010), h. 62.

³⁹ Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama*(Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), h. 134.

⁴⁰ Suyanto dan Bagong, *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*(Ed.2, Cet.3; Jakarta: Kencana, 2007), h. 55.

⁴¹Harun Rasyid, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Ilmu Sosial Agama*(Pontianak: STAIN Pontianak, 2000), h. 36.

3.4.1 Data Primer

Data Primer ialah data yang diperoleh langsung dengan melakukan observasi dan wawancara terhadap harga label produk dan sistem pembayaran pada Indomaret.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder berupa dokumenter yang bersumber dari buku-buku, hasil-hasil penelitian, jurnal, majalah, media cetak, dan dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini yang diperoleh dengan cara penelusuran arsip dari berbagai perpustakaan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penyusunan skripsi ini antara lain :

- 3.5.1 Metode Observasi langsung yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati serta mencatat semua fenomena yang terjadi. Pengamatan akan fenomena itu dikhususkan kepada masalah tentang bagaimana Analisis Etika Bisnis Terhadap Penetapan Harga dan Sistem Pembayaran.
- 3.5.2 Metode wawancara (interview) yaitu mendapatkan keterangan dengan cara bertemu langsung dan melakukan tanya jawab antara penanya dengan narasumber yang akan memberi informasi guna mendapatkan keterangan-keterangan yang berguna untuk tujuan penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu konsumen/pelanggan, dan kasir Indomaret Kota Parepare.
- 3.5.3 Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data berupa dokumen penting yang diperlukan untuk penelitian, seperti catatan, data laporan tahunan, iklan,

websites, serta catatan lain yang berkaitan dengan objek penelitian di lapangan.⁴² Seperti harga label produk dan struk pembayaran.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknis analisis data adalah proses mensistematiskan apa yang sedang diteliti dan mengatur hasil wawancara seperti apa yang dilakukan dan dipahami, supaya peneliti bisa menyajikan apa yang didapatkan pada informan. Pekerjaan analisis data dalam hal ini mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengategorikan data yang terkumpul baik dari catatan lapangan gambar, foto atau dokumen berupa laporan.

Analisis data nantinya akan menarik kesimpulan yang bersifat khusus atau berangkat dari kebenaran yang bersifat umum mengenai suatu fenomena dan mengeneralisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data yang berisikan dengan fenomena yang bersangkutan.⁴³ Pengelolaan data dalam penelitian lapangan berlangsung sejak proses pengumpulan data yang dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi data.

3.6.1 Reduksi data

Dari data-data yang diperoleh dalam penelitian dipilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Data-data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencari data-data tersebut jika sewaktu-waktu diperlukan.⁴⁴

⁴²Masyhuri dan Zainuddin, *Metode Penelitian (Pendekatan Praktis dan Aplikatif)*, h. 30.

⁴³Sifuddin Azwar, *Metode Penelitian (Cet. 2; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000)*.

⁴⁴Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial (Cet. 6; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006)*, h. 86.

3.6.2 Penyajian data

Proses penyajian data dari keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi menjadi informasi yang tersusun. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian naratif, bagan. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja penelitian sebelumnya.⁴⁵ Dalam penelitian ini peneliti akan menguraikan tentang selisih harga label produk dan pada saat melakukan pembayaran.

3.6.3 Kesimpulan atau verifikasi data

Dari data yang didapat oleh peneliti di lapangan peneliti mencoba mengambil kesimpulan. Pada awalnya kesimpulan itu kabur, akan tetapi lama-kelamaan semakin jelas karena data yang diperoleh semakin banyak dan mendukung. Verifikasi dapat dilakukan dengan singkat yaitu dengan cara mengumpulkan data baru.⁴⁶ Adapun tehnik verifikasi yang di gunakan yaitu verifikasi sumber dan dokumen.

⁴⁵Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Cet. 13; Bandung: Alfabeta. 2011), h. 249.

⁴⁶Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, h. 87.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Model Pembayaran Yang Diterapkan Di Indomaret Kota Parepare

Sistem Pembayaran merupakan kerja yang teratur dari berbagai bagian dalam rangka perpindahan nilai di antara dua belah pihak yang melakukan transaksi.

Sistem pembayaran adalah “suatu sistem yang melakukan pengaturan kontrak, fasilitas pengoperasian dan mekanisme teknis yang digunakan untuk penyampaian, pengesahan, dan penerimaan instruksi pembayaran, serta pemenuhan kewajiban pembayaran yang dikumpulkan melalui pertukaran “nilai” antarperorangan, bank dan lembaga lainnya baik domestik maupun antarnegara (cross border)”.⁴⁷

Sistem pembayaran berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Dahulu system pembayaran dikenal dengan sistem barter yaitu pertukaran antarbarang sesuai dengan kebutuhan dari pelaku barter itu sendiri. Kemudian sistem tersebut berkembang ketika mulai dikenal adanya satuan tertentu yang memiliki nilai pembayaran yang dikenal dengan sebutan uang. Hingga saat ini uang masih menjadi salah satu alat pembayaran utama yang berlaku di masyarakat. Selanjutnya system pembayaran terus berkembang dari sistem pembayaran tunai (*cash based*) ke system pembayaran nontunai (*non-cash*) seperti alat pembayaran berbasis kertas (*paper based*), misalnya *cek* dan *bilyet giro*. Selain itu dikenal juga alat pembayaran *paperless* seperti transfer dana elektronik dan alat pembayaran memakai kartu (*card based*) seperti kartu kredit, kartu debit, dan kartu Prabayar.⁴⁸

⁴⁷Adiwarman Karim, *Kajian Ekonomi Islam*, (Jakarta, 2003), h. 76.

⁴⁸Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), h. 154.

Seperti hasil wawancara di Indomaret Jln. Jenderal Sudirman Kota Parepare kepada Bapak Arwin Poniman, selaku Kepala Toko pada tanggal 25 Januari 2020, Dia mengatakan bahwa :

“Sistem pembayaran yang diterapkan di Indomaret Jenderal Sudirman Kota Parepare menggunakan dua metode, yaitu dengan cara tunai dan nontunai.

1. Metode Pembayaran Tunai, metode pembayaran tunai dilakukan dengan konsumen membayar langsung dengan menggunakan uang cash.
2. Metode Pembayaran Non Tunai, yaitu metode pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan kartu debit kredit”⁴⁹.

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa metode pembayaran yang dilakukan di Indomaret Jln. Jenderal Sudirman Kota Parepare ada dua, yaitu metode pembayaran tunai dan pembayaran non tunai. Adapun akad pembayaran tunai dilakukan dengan konsumen membayar langsung barang yang dibelinya dengan menggunakan uang cash. Adapun akad non tunai dilakukan dengan konsumen melakukan pembayaran dari produk yang dibelinya dengan menggunakan kartu kredit.

Dalam praktiknya sehari-hari, ada dua jenis sistem pembayaran yaitu pembayaran tunai (*cash*) dan pembayaran nontunai (*non-cash*).

1. Pembayaran Tunai (*cash*)

Alat pembayaran tunai dapat dilakukan dengan menggunakan uang, baik jenis uang logam ataupun uang kertas. Dalam peredarannya, uang tersedia dalam berbagai jenis pecahan agar memudahkan untuk bertransaksi. Pada mata uang Rupiah misalnya, pecahan uang dimulai dari Rp. 100,00, Rp. 500,00, Rp. 1.000,00, Rp. 2.000,00, Rp. 5.000,00, Rp. 10.000,00, Rp. 20.000,00, Rp. 50.000,00, dan Rp. 100.000,00.

⁴⁹Arwin Poniman, Kepala Toko di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 25 Januari 2020.

Meskipun transaksi non-tunai di satu sisi mengalami peningkatan dan di sisi lain transaksi tunai mengalami penurunan. Namun demikian, tetap saja banyak yang merasa lebih nyaman bertransaksi secara tunai. Terlebih dalam transaksi nontunai membutuhkan pengetahuan mengenai teknologi sebagai syarat bagi pengguna. Oleh karena itu, ketersediaan uang tunai hingga kini masih dianggap sebagai hal yang penting dalam sistem pembayaran di belahan dunia manapun, tak terkecuali Indonesia. Begitu pentingnya uang tunai, baik dalam ketersediaan, pasokan, pengaturan, hingga pendistribusiannya, menuntut kehadiran lembaga yang kapabel.

Oleh karena itu, uang tunai yang digunakan dalam bertransaksi harus memiliki beberapa karakteristik penting, di antaranya:

Setiap uang yang dikeluarkan dimaksudkan untuk mempermudah kelancaran transaksi pembayaran tunai, dapat diterima dan dipercaya oleh masyarakat. Berkenaan dengan hal tersebut, uang perlu memiliki beberapa karakteristik:

- a. Mudah digunakan dan nyaman (*user friendly*),
- b. Tahan lama (*durable*),
- c. Mudah dikenali (*easily recognized*), dan
- d. Sulit dipalsukan (*secure against counterfeiting*)

Jumlah uang tunai harus tersedia secara cukup di masyarakat, dengan memerhatikan kesesuaian jenis pecahannya. Untuk ini, diperlukan perencanaan yang baik terutama dalam perencanaan pengadaan maupun perencanaan distribusinya.

2. Pembayaran Nontunai (*non-cash*)

Alat pembayaran non-tunai dapat digolongkan menjadi dua kelompok, yakni alat pembayaran untuk *credit transfer* dan alat pembayaran untuk *debit transfer*. Perbedaan antara *credit transfer* dan *debit transfer* terletak pada perintah pengiriman

uang. Berdasarkan terminologi yang dibuat oleh *Bank for International Settlement* (BIS), *credit transfer* adalah perintah pembayaran untuk tujuan penempatan dana dari pengirim ke penerima melalui jalur transfer dana dari bank pengirim ke bank penerima dan dimungkinkan melalui bank lain sebagai perantara. Sedangkan *debit transfer* adalah sistem transfer dana dimana perintah transfer dibuat atau diotorisasi oleh pihak yang memiliki dana dan akan melakukan pengiriman dana tersebut kepada pihak lain.

Perintah transfer tersebut disampaikan kepada pihak yang akan menerima dana untuk kemudian dicairkan. Selanjutnya, bank tersebut mengkliringkan perintah transfer debit tersebut di lembaga kliring, untuk menagihkan dana ke bank pengirim. Alat pembayaran yang digunakan saat ini adalah cek, bilyet giro, dan nota debit. Perkembangan sistem pembayaran non-tunai diawali dengan instrumen pembayaran yang bersifat *paper based* seperti cek, bilyet giro, dan warkat lainnya. Sejak perbankan mendorong penggunaan sistem elektronik serta penggunaan alat pembayaran menggunakan kartu dengan segala bentuknya, berangsur-angsur pertumbuhan penggunaan alat pembayaran yang *paper based* semakin menurun. Apalagi sejak sistem elektronik, seperti transfer dan sistem kliring mulai banyak digunakan.

Selanjutnya berkembang instrumen pembayaran yang berbasis kartu sejalan dengan perkembangan teknologi. Saat ini, instrumen pembayaran berbasis kartu yang telah berkembang dengan berbagai variannya. Mulai dari kartu kredit, kartu ATM, kartu debit, dan berbagai macam jenis uang elektronik.

Adapun hal-hal yang harus diterapkan dalam Sistem Pembayaran menurut Ekonomi Islam yaitu:

1. Adanya Akad atau Perjanjian

Akad atau perjanjian harus dilaksanakan sebelum adanya transaksi pasti akan selalu ada kesepakatan mulai dari penentuan harga, kualitas barang, dan syarat-syarat penjualan dan pembelian barang.⁵⁰

Akad yang dilakukan dalam transaksi jual beli bahan pokok berbasis swalayan merupakan jual beli yang dilakukan tanpa ada ucapan *ijab* dan *qabul*. Karena transaksi jual beli bahan pokok berbasis swalayan ini setiap pembeli yang datang akan langsung mengambil sendiri barang-barang yang diperlukannya, tanpa ada pelayanan khusus dari karyawan di swalayan tersebut. Kemudian setelah melakukan pengambilan barang yang dibutuhkannya maka pembeli akan segera menuju meja kasir untuk melakukan pembayaran tanpa adanya ucapan *ijab* dan *qabul* diantara kedua belah pihak.

Bila dilihat dari perkembangan model transaksi jual beli di Indonesia, maka akan dijumpa beberapa formulasi. Dalam masyarakat tradisional di desa-desa, model akad jual beli dilakukan dengan dimulai tawar menawar harga, kemudian jika sudah terjadi kesepakatan kedua belah pihak, maka terjadilah tukar menukar barang atau jual beli tanpa memperhatikan lafaz akad. Berbeda dengan masyarakat tradisional, adalah masyarakat modern yang hidup di perkotaan. Jual beli dilakukan di supermarket, mall, atau swalayan yang disana tidak terdapat tawar menawar, melainkan harga sudah tertera di barangnya. Para pembeli dapat mengambil sendiri

⁵⁰Eva Dwi Astutik, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Berbasis Swalayan di Ponorogo (Skripsi Sarjana: Jurusan Muamalah Fakultas Syariah, 2018). h. 17.

barang yang diinginkan tanpa ada akad. Dalam fiqh Islam, jual beli seperti ini disebut dengan jual beli *mu'atah*.⁵¹

Jual beli *mu'atah* adalah jual beli dengan *ijab qabul* berupa tindakan dan telah disepakati oleh pihak yang berakad, berkenaan dengan barang maupun harganya. Jumhur ulama menyatakan sah apabila ada *ijab* dari salah satunya. Begitu juga dibolehkan *ijab* dan *qabul* dengan isyarat, perbuatan, atau cara-cara lain yang menunjukkan keridhaan. Memberikan barang dan menerima uang dipandang sebagai *shighat* dengan perbuatan atau isyarat.⁵²

Akad ini dilakukan bukan saja hanya karena untuk formalitas, melainkan menjamin hak-hak dari setiap orang agar transaksi ekonomi tidak ada yang dirugikan sama sekali. Akad ini juga berfungsi agar satu sama lain bias menjalankan dengan keterbukaan dan transparansi, sehingga di lain waktu tidak ada yang merasa dirugikan.

2. Berniaga dengan Jalan Suka sama suka

Dalam sebuah transaksi termasuk pada transaksi ekonomi, maka pelaksanaannya harus dilakukan karena suka sama suka.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Arwin Poniman di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare pada tanggal 25 Januari 2020, Dia mengatakan bahwa:

“Harga yang ditetapkan pada setiap produk sesuai dengan persepsi konsumen, itu ada yang menganggap sesuai dan ada yang menganggap tidak sesuai, dikarenakan ada beberapa konsumen yang ingin produk promo, tapi produk tersebut tidak dalam masa promo.”⁵³

⁵¹Asmawi Mahfudz, *Pembaharuan Hukum Islam*, Cet ke. 1 (Yogyakarta: Teras, 2010), h. 171.

⁵²Rachmad Syafe'I, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 96.

⁵³Arwin Poniman, Kepala Toko di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 25 Januari 2020.

Sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu konsumen pada tanggal 29 Januari 2020 atas nama Ibu Firda Tamar jaya yang mengatakan bahwa:

“Menurut saya, harga yang ditetapkan setiap produk itu kurang sesuai dengan persepsi konsumen, karna saya menginginkan barang yang murah dengan kualitas yang bagus, tetapi Indomaret tersebut memberikan harga yang melampaui batas.”⁵⁴

Sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu konsumen pada tanggal 29 Januari 2020 atas nama Ibu Risa Risna yang mengatakan bahwa :

“Harga yang ditetapkan itu menurut saya terkadang tidak sesuai, karna kita tentunya melihat dari kualitas barang yang ingin dibeli dengan harga yang dipasarkannya.”⁵⁵

Hal yang sama dikatakan oleh salah satu konsumen pada tanggal 03 Februari 2020, atas nama Bapak Nasruddin bahwa :

“Menurut saya, sudah sesuai karena berbelanja di Indomaret konsumen merasa nyaman, santai, dan barang/produknya terjaga dengan baik dibanding dengan di pasar.”⁵⁶

Hal yang sama dikatakan oleh Ibu Lisa Konsumen pada tanggal 20 Maret 2020 bahwa :

“kalau masalah harga setiap produk mungkin ada yang lebih murah ditempat lain misalnya di pasar pasti produk yang di Indomaret lebih mahal dibanding yang dipasar, tetapi menurut saya yang di Indomaret sudah sesuai karna kita rasakan

⁵⁴Firda Tamar Jaya, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 29 Januari 2020.

⁵⁵Risa Risna, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 29 Januari 2020.

⁵⁶Nasruddin, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 03 Februari 2020.

sendiri kenyamanannya pada saat berbelanja di Indomaret tempatnya sejuk berAC sedangkan di pasar panas”.⁵⁷

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa harga yang ditetapkan oleh Indomaret ada yang berpendapat bahwa penetapan harga sudah sesuai dengan perspektif masyarakat dan ada juga yang mengatakan bahwa penetapan harga tidak sesuai dengan perspektif konsumen karena konsumen selalu mengharapkan harga yang lebih murah tetapi harga yang ditetapkan oleh Indomaret melampaui batas, dan terkadang konsumen juga membandingkan harga yang ada di pasar dengan harga di Indomaret. Adapun konsumen yang merasa bahwa penetapan harga di Indomaret sudah sesuai dengan perspektif konsumen karena mereka membandingkan dengan kenyamanan berbelanja di Indomaret.

Tabel 4.1 Daftar Produk Promo/Diskon

Id Barang	Id Diskon	Jumlah Diskon	Tanggal Mulai	Tanggal Akhir
Minyak Goreng Sania	DIS001	20%	12/1/2019	12/8/2019
Sunlight	DIS002	50%	12/1/2019	12/8/2019
Swty Pants	DIS003	20%	12/3/2019	12/10/2019

⁵⁷Liaa, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 20 Maret 2020.

Indomie	DIS004	15%	12/12/2019	12/15/2019
Silverqueen	DIS005	10%	12/12/2019	12/15/2019
Dancow	DIS006	15%	12/3/2019	12/10/2019
Milo	DIS007	15%	12/12/2019	12/15/2019
Bango	DIS008	10%	12/1/2019	12/8/2019
Indofood	DIS009	10%	12/12/2019	12/15/2019
Kraft	DIS010	10%	12/3/2019	12/10/2019

(Sumber dari Indomaret)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada toko Indomaret telah memberikan promo/diskon pada konsumennya di setiap bulan dengan tanggal atau waktu yang telah ditentukan dari kantor pusat. Namun, terkadang konsumen kurang memperhatikan masa berlakunya promo/diskon sehingga konsumen merasa ketidaksesuaian antara harga barang dan harga promo tersebut.

1. Benar

Benar adalah merupakan ciri utama orang mukmin, bahkan ciri pada Nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Bencana terbesar di dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan bathil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga, oleh sebab itu salah satu karakter pedagang yang penting dan diridhai oleh Allah ialah kebenaran. Karena kebenaran mendatangkan berkah bagi penjual maupun pembeli, jika keduanya bersikap benar dan mau menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka

keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong, maka jika mereka mendapat laba, hilanglah berkah jual beli itu”⁵⁸

2. Amanah

Maksud amanat adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga atau uaph. Dalam berdagang dikenal dengan istilah” menjual dengan amanat” seperti menjual murabaha “ maksudnya, penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas, dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melehi-lebihkannya.

Di dalam hadist Qutdsi, Allah berfirman: “ Aku adalah yang ketiga dari dua orang berserikat, selama salah satu dari keduanya tidak mengkhianati temannya. Apabila salah satu dari keduanya berkhianat, aku keluar dari mereka”⁵⁹.

3. Jujur (setia)

Selain benar dan amanat, seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan menjelaskan cacat barang dagangnya yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.

Salah satu sifat curang adalah melipatkan gandakan harga terhadap orang yang tidak mengetahui harga pasaran. Pedagang mengelabui pembeli dengan menetapkan harga diatas harga pasaran.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Arwin Poniman di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare pada tanggal 25 Januari 2020, Dia mengatakan bahwa:

⁵⁸ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 180.

⁵⁹ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2004), h. 118.

“Penentuan harga yang diterapkan di Indomaret ditentukan langsung oleh kantor pusat, dan harga semua Indomaret sama.”

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa harga produk setiap produk di Indomaret ditentukan langsung dari pusat dan harga tersebut sama dengan semua Indomaret.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Arwin Poniman di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare pada tanggal 25 Januari 2020, Dia mengatakan bahwa:

“Harga yang ditetapkan di Indomaret dengan kualitas barang sudah sesuai karna telah dilakukan sampling pada saat penerimaan barang.”⁶⁰

Sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu konsumen pada tanggal 29 Januari 2020, atas nama Ibu Firda Tamar jaya yang mengatakan bahwa :

“Harga yang ditetapkan itu tidak sesuai karna terkadang barang yang dibeli terlalu mahal dibanding minimarket yang lain.”⁶¹

Hal yang sama dikatakan oleh Ibu Risa Risna pada tanggal 29 Januari 2020, bahwa:

“Menurut saya, kadang harga yang ditetapkan tidak sesuai karena terkadang harga di Indomaret berbeda dengan minimarket lainnya padahal kualitas dan produknya sama.”⁶²

Hal yang sama juga dikatakan oleh Bapak Nasruddin pada tanggal 03 Februari 2020, bahwa:

“Menurut saya, harga yang ditetapkan dengan kualitas barang sudah sesuai.”⁶³

⁶⁰Arwin Poniman, Kepala Toko di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 25 Januari 2020

⁶¹Firda Tamar jaya, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 29 Januari 2020.

⁶²Risa Risna, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 29 Januari 2020.

⁶³Nasruddin, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 03 Februari 2020.

Hal yang sama juga dikatakan oleh Ibu Lisa pada tanggal 20 Maret 2020, bahwa:

“Kalau menurut saya harganya yang ditetapkan sudah sesuai, karna memang juga tempatnya nyaman, Cuma yang saya tidak suka itu pada saat berbeda harga dirak sama yang dikasir”.⁶⁴

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa harga yang ditetapkan oleh pihak Indomaret sudah sesuai dengan kualitas produk karna sebelum menentukan harga pihak Indomaret terlebih dahulu melakukan sampling, tetapi hal ini berbeda dengan apa yang dikatakan oleh konsumen. Mereka merasa bahwa penetapan harga ini tidak sesuai dengan kualitas produk karna biasanya harga yang ada di Indomaret berbeda dengan harga-harga yang ada di pasar pada umumnya.

Tabel 4.2
Daftar Harga Produk Di Indomaret

No	Nama Produk	Harga Produk
1	Enervon C Tablet	6.800
2	Fatigon Spirit	8.900
3	Fatigon Kapsul	5.100
4	CDH vitamin C100	46.500
5	Fitkom Grape	16.100
6	Fitkom Straw	16.100
7	Komigare Telon	27.200
8	Caplang Minyak GPU	23.800
9	Hotin Cream 120Ml	29.700
10	My Baby Timplus	40.600

⁶⁴Lisa, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 20 Maret 2020.

11	Zwitsal H&B	41.500
12	Paseo Baby Wipes	20.800
13	Swty slv Pants	17.800
14	Swty slv Pants	17.800
15	Big Cola	21.100
16	Big Cola Straw	21.100
17	Ultra UHT choco	6.400
18	Ultra UHT Straw	6.400
19	Ultra UHT Cream	6.400
20	Milo h.dhnk	5.500
21	Ffcoconut	18.200
22	Fiflag Choc	18.200
23	Hestle Pure	7.000
24	Indomaret Air	4.300
25	Pucuk The	3.800
26	Pucuk The	6.200
27	Hocha Grn Tea	5.900
28	Sasa Tpng Bkwn 260g	6.700
29	Sasa T.Bumbu	6.700
30	Sasa Tpng G pisp	6.700
31	Sasa T.Bmb Kentky	6.700
32	Sasa T.Bumbu Org 225	6.700
33	Sasa Sant.Klp	2.900

(Sumber Dari Indomaret)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa harga yang ada di Indomaret sudah sesuai dengan ketentuan dari kantor pusat. Karena, sebelum menetapkan harga

terlebih dahulu dilakukan proses sampling dalam menetapkan harga dan menyesuaikan harga pasar.

3. Larangan Penipuan

Jual beli yang mengandung penipuan, ketidakjujuran, seperti membohongi kualitas barang, membayar tidak utuh, berjanji dan tidak ditepati dan sebagainya termasuk ke dalam penipuan yang jelas berdosa jika dilakukan. Selain itu, harta yang dijalankan dari proses tersebut tentu adalah harta yang tidak halal dan tidak berkah.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Arwin Poniman di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare pada tanggal 25 Januari 2020, tentang selisih harga pada harga label produk dengan pada saat pembayaran. Dia mengatakan bahwa :

“Penetapan harga barang tidak sesuai dengan gr\ltr barang. Sehingga terjadi selisih harga. Misalnya, minyak 2 ltr, tapi harganya minyak yang 1 liter. Harga promosi yang masa berlakunya sudah habis.”⁶⁵

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat disimpulkan bahwa terjadinya selisih harga pada label produk dan pada saat pembayaran di kasir terjadi karena kelalaian pegawai untuk mengubah label harga yang tertempel. Dari kejadian ini pegawai memberikan penjelasan mengenai selisih harga pada barang yang dijual yaitu :

1. Kelalaian pegawai Indomaret

Pegawai barang berhati-hati dalam mencatatkan harga barang, harga baru yang sudah di cek dan siap untuk dicantumkan untuk mengganti harga barang tersebut. Kelalaian pegawai terjadi karena ada barang yang memiliki tempat pemajangan yang berbeda. Contohnya, minuman, makanan ringan, bahan makanan dan barang lainnya, sedangkan harga yang sudah siap untuk dicantumkan hanya

⁶⁵Arwin Poniman, Kepala Toko di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 25 Januari 2020.

untuk satu tempat saja. Hal ini membuat tidak semua barang terpasang harga terbaru. Ini menjadi salah satu alasan terjadinya adanya selisih harga pada label harga saat transaksi pembayaran di kasir.

2. Kelupaan pegawai Indomaret

Pegawai lupa untuk mengganti harga barang baru dengan harga barang lama, selain itu pegawai kurang berhati-hati dalam menyimpan harga barang terbaru. Ini terjadi karena banyaknya tugas di toko, contohnya mencantumkan harga suatu barang belum selesai, barang baru datang dari kantor. Ditambah banyaknya konsumen yang berdatangan mengakibatkan pegawai harus melayani konsumen terlebih dahulu. Sedangkan harga barang-barang belum diganti, sehingga pencantuman harga tidak diselesaikan dengan baik dan membuat teledoran pegawai dalam menaruh harga barang sehingga menyebabkan selisih harga.

Terjadinya selisih harga menyebabkan konsumen merasa kecewa dan dirugikan, sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu konsumen pada tanggal 29 Januari 2020 yaitu atas nama Ibu Firda Tamar Jaya, Dia mengatakan bahwa:

“Saya mengajukan complain kepada kasir karna harga barang yang tertera tidak sesuai setelah dilakukan scanning harga dikasir.”⁶⁶

Hal yang sama juga dikatakan oleh Ibu Risa Risna bahwa :

“Saya tidak setuju adanya selisih harga karena harga barang yang tertera tidak sesuai dengan produk.”⁶⁷

⁶⁶Firda Tamar jaya, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 29 Januari 2020.

⁶⁷Risa Risna, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 29 Januari 2020.

Hal yang sama juga dikatakan oleh Bapak Nasruddin pada tanggal 03 Februari 2020, bahwa:

“Saya merasa keberatan dengan adanya selisih harga tersebut, Waktu itu saya pergi belanja di Indomaret saya membawa uang pas karna sebelumnya saya membeli produk yang sama jadi saya berpatokan pada harga sebelumnya, ternyata pada saat pembayaran harga produk tersebut sudah berubah sedangkan yang tertempel di label harga masih harga yang dulu. Sehingga saya tidak jadi membeli barang tersebut karna uang tidak cukup.”⁶⁸

Hal yang sama dikatakan oleh Ibu Lisa pada tanggal 20 Maret 2020, bahwa :

“Pernah saya beli cemilan terus saya lihat harganya dirak cukupji uangku jadi saya ambil, pas dikasir ternyata harganya naik tidak seperti yang tertera dirak jadi waktu itu keberatan sekaligus seperti dipermalukanka”⁶⁹

Dari hasil wawancara di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa terjadinya selisih harga pada label produk dan pada saat pembayaran di kasir menyebabkan konsumen merasa sangat dirugikan. Seharusnya ketika terjadi perubahan harga dari pusat, pihak indomaret harus teliti dalam mengganti label harga yang tertempel jangan menunggu adanya complain dari konsumen baru kemudian diganti.

4. Prinsip Akuntansi dan Kejelasan Transaksi

Prinsip transaksi Ekonomi Islam yang terakhir adalah adanya pencatatan dan kejelasan transaksi. Prinsip ini harus dilakukan agar tidak ada konflik, merasa tertipu, atau pelaku transaksi yang kabur, untuk itu Allah mengatakan bahwa hendaklah ada saksi atau pencatatan yang dipercaya agar transaksi ekonomi dapat dibuktikan dan tidak lupa begitu saja, misalnya dalam peminjaman utang, maka baiknya ada pencatatan dan juga pembuktian bahwa kita pernah membeli atau memberikan uang kepada siapa, ditinggal kapan, dan saksi yang dapat dipercaya.

⁶⁸Nasruddin, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 03 Februari 2020.

⁶⁹Lisa, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 20 Maret 2020.

4.2 Transaksi Di Indomaret Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam

Etika bisnis ialah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis islam mencakup :

1. Kesatuan (*Unity*)

Adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem islam.

Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan Agama, ekonomi, dan social demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertical maupun horizontal, membentuk persamaan yang sangat penting dalam system Islam.

Tauhid merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai fondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya, seperti yang dinyatakan oleh firman Allah di dalam Q.S Al-An'am/6:127 yaitu :

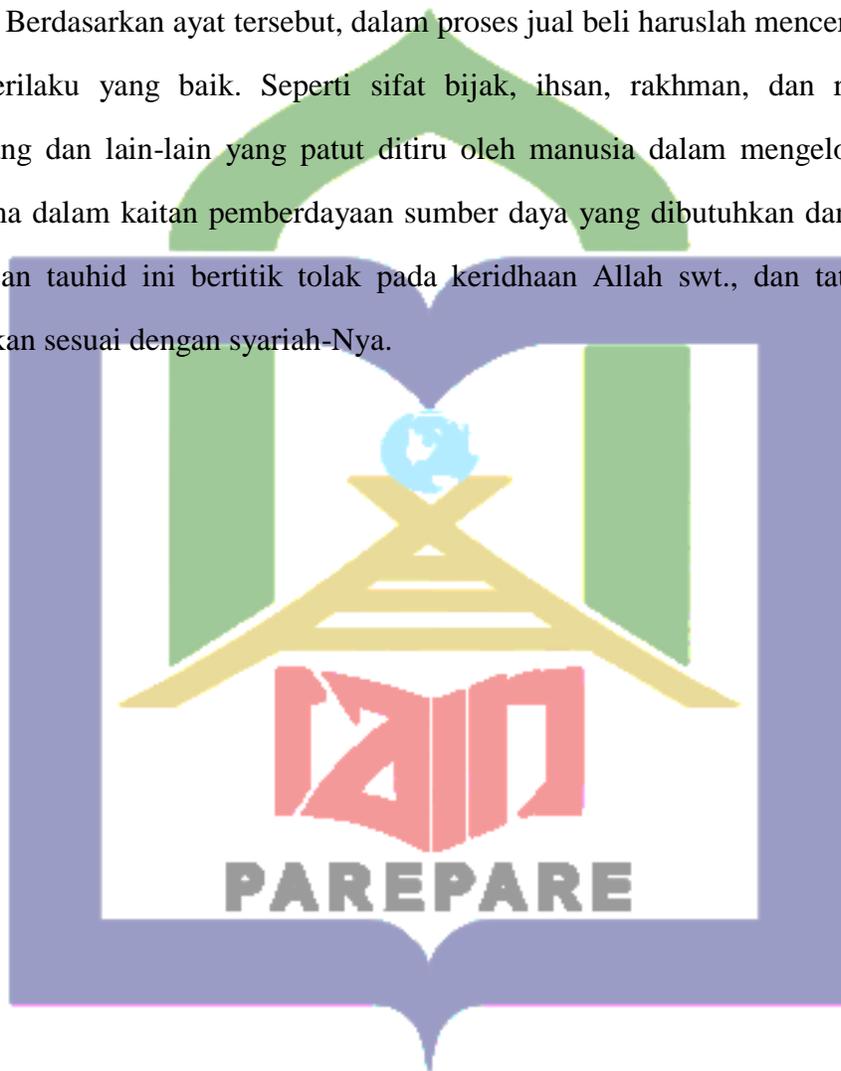
وَهَذَا صِرَاطٌ رَبِّكَ مُسْتَقِيمًا قَدْ فَصَّلْنَا الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَذَّكَّرُونَ - ١٢٦ - هُمْ دَارُ السَّلَامِ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَهُوَ

وَلِيُثَبِّتَهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ - ١٢٧ -

Terjemahnya :

“Dan inilah jalan Tuhanmu, (jalan) yang lurus. Sesungguhnya Kami telah menjelaskan ayat-ayat (kami) kepada orang-orang yang mengambil pelajaran (126). Bagi mereka (disediakan) Darussalam (surge) pada sisi Tuhannya dan Dialah pelindung mereka disebabkan amal-amal saleh yang selalu mereka kerjakan (127).⁷⁰

Berdasarkan ayat tersebut, dalam proses jual beli haruslah mencerminkan sifat dan perilaku yang baik. Seperti sifat bijak, ihsan, rakhman, dan rakhim, adil, seimbang dan lain-lain yang patut ditiru oleh manusia dalam mengelola bisnisnya terutama dalam kaitan pemberdayaan sumber daya yang dibutuhkan dan diperlukan. Landasan tauhid ini bertitik tolak pada keridhaan Allah swt., dan tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariah-Nya.



⁷⁰Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran Dan Terjemahan Bahasa Indonesia*, h.135

Tabel 4.3 Data Persediaan Barang

Jenis Barang	Oktober		November		Desember		Keterangan
	Jumlah	Harga	Jumlah	Harga	Jumlah	Harga	
Susu Frisian flag 1000ml	60 kt	Rp. 3.600	45 kt	Rp. 2.700	95 kt	Rp. 5.700	Exv dan Rsk
Susu Dancow 800ml madu 2+	82 kt	Rp. 3.690	96 kt	Rp. 4.320	-	-	Exv dan Rsk
Kecap manis ABC 600ml	-	-	72 pcs	Rp.576	80 pcs	Rp. 640	Exv
SoGood rasa ayam isi 50	50 pcs	Rp. 300	-	-	85 pcs	Rp. 1.700	Exv dan Hlg
Rokok sampoerna	17 pcs	Rp. 225	25 pcs	Rp. 375	29 pcs	Rp. 435	Hlg
Minute maid pulpy orange	12 pcs	Rp. 72	20 pcs	Rp. 120	24 pcs	Rp. 144	Hlg
Total	186	Rp. 7.887.000	258	Rp. 8.091.000	313	Rp. 8.619.000	NKL

(Sumber Dari Indomaret)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap bulan Indomaret selalu mengalami kerusakan, *expired*, dan kehilangan persediaan barang dagangan berupa susu Frisian flag, susu dancow, kecap manis ABC, sogood rasa ayam, rokok sampoerna, dan minute maid pulpy orange, dan ini sangat berpengaruh pada keuangan toko Indomaret. Pada bulan oktober toko Indomaret mengalami kerugian sebesar Rp. 7,887.000,- dari rusak, *expired*, dan hilang persediaan barang sebesar, 60 kotak susu Frisian flag 1000ml, 82 pcs susu dancow 800ml madu 2+, 15 pcs sogood rasa ayam isi 50, 17 pcs rokok sampoerna, dan 12 minute maid pulpy orange. Pada bulan november toko Indomaret juga mengalami kerugian sebesar Rp. 8.091.000,- dari rusak, *expired*, dan hilang persediaan sebesar, 45 kotak susu frisian flag 1000ml, 96 kotak susu dancow, 800ml madu madu 2+, 72 pcs kecap manis ABC 600ml, 25 pcs rokok sampoerna, dan 20 pcs minute maid pulpy orange. Begitu juga pada bulan desember toko Indomaret mengalami kerugian sebesar Rp. 8.619.000,- dari rusak, *expired*, dan hilang sebesar, 95 kotak susu frisian flag 1000ml, 80 pcs kecap manis ABC 600ml, 85 pcs sogood rasa ayam isi 50, 29 pcs rokok sampoerna, dan 24 pcs minute maid pulpy orange.

Sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu konsumen pada tanggal 29 Januari 2020, atas nama Ibu Firda Tamar jaya yang mengatakan bahwa :

“Karena biasa terjadi adanya selisih harga antara harga label dan harga saat melakukan pembayaran”.⁷¹

Berdasarkan data mengenai nilai ketauhidan disini tidak terpenuhi atau tidak sesuai. Hal ini disebabkan oleh kelalaian pegawai toko Indomaret dalam mengelola persediaan, pegawai kadang tidak mencatat penggunaan persediaan dan penyajian

⁷¹Firda Tamar Jaya, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 29 Januari 2020

laporan ketika toko sedang ramai sehingga pendapatan perusahaan berkurang dan mengalami kerugian setiap bulannya.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa prinsip ini tidak diterapkan di Indomaret karena seringnya ditemukan adanya selisih harga yang sangat jauh pada harga label produk dengan pada saat membayar produk yang ingin dibeli.

2. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surah Al-Maidah: 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ - ٨ -

Terjemahnya:

“Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sesekali-sesekali kebencianmu terhadap suatu kaum men-dorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa”.⁷²

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Keseimbangan dalam transaksi misalnya, adalah transaksi yang setara, adil, dan seimbang. Pada kegiatan jual beli di Indomaret, keseimbangan yang setara, adil dan seimbang masih belum dapat tercapai karena masih banyaknya keluhan yang dikatakan para konsumen.

⁷²Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran Dan Terjemahan Bahasa Indonesia*, h.135

Konsumen merasakan ketika melakukan proses pembelian kepada pihak tersebut tidak mendapatkan harga yang sesuai dengan yang diharapkan.

Sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu konsumen pada tanggal 29 Januari 2020, atas nama Ibu Risa Risna yang mengatakan bahwa :

“Kami mendapatkan hasil yang tidak sesuai dengan harapan kami, terkadang kami mendapatkan selisih harga antara harga label dan pada saat pembayaran”.⁷³

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa adanya selisih harga yang terjadi di Indomaret yaitu pada harga label produk dan pada saat melakukan pembayaran membuat konsumen merasa hal tersebut tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga prinsip keseimbangan tidak diterapkan di Indomaret.

Tabel 4.4 Selisih harga

No	Pernyataan	Kenyataan	Keterangan
1	Perbedaan harga	Sudah mengalami	Konsumen pernah mengalami perbedaan harga saat mereka berbelanja di Indomaret.
2	Jenis produk	1. Ultra Uht 2. Milo	Perubahan harga terjadi pada semua jenis produk.
3	Harga label dan harga kasir	Label Rp 6.000 Kasir Rp 6.400 Label Rp 10.800	Perbedaan harga kasir dan label.

⁷³Risa Risna, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 29 Januari 2020.

		Kasir Rp 11.100	
4	Selisih harga	Rp 400 Rp 300	Selisih perubahan harga tidak melebihi dari Rp 1.000.

(Sumber Dari Indomaret)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa konsumen pernah mengalami perbedaan harga kasir dan harga label dengan jenis produk yang dibelinya seperti, ultra uht dengan harga di label yaitu Rp. 6.000 dan di kasir seharga Rp. 6.400, adapun jenis produk yang lainnya seperti milo dengan harga di label yaitu Rp. 10.800 dan di kasir seharga Rp.11.100 dengan selisih harga Rp. 400, dan Rp. 300. Semua perubahan harga yang terjadi tidak melebihi Rp. 1.000.

Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Dia tidak membedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara dzalim. Manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat manfaat daripadanya secara adil dan baik. Dalam banyak ayat, Allah memerintahkan manusia untuk berbuat adil.

Islam mendefinisikan adil sebagai tidak menzalimi dan tidak dizalimi. Implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan terkotak-kotak dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan menzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar daripada usaha yang dikeluarkannya karena kerakusannya.

Keadilan dalam hukum Islam berarti pula keseimbangan antara kewajiban yang harus dipenuhi oleh manusia (mukallaf) dengan kemampuan manusia untuk menunaikan kewajiban itu. Di bidang usaha untuk meningkatkan ekonomi, keadilan merupakan “nafas” dalam menciptakan pemerataan dan kesejahteraan, karena itu harta jangan hanya saja beredar pada orang kaya, tetapi juga pada mereka yang membutuhkan.⁷⁴

3. Kehendak Bebas (*Free will*) dan Tanggung jawab (*Responsibility*)

Konsep Freewill merupakan kebebasan yang diberikan kepada manusia untuk melakukan sesuai apa yang diinginkan tanpa adanya paksaan, akan tetapi manusia yang baik akan menggunakan kebebasan tersebut dalam rangka tauhid dan keseimbangan. Allah memberikan batasan atau koridor yang boleh dan tidak boleh memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali dalam melakukan kontrak. Kebebasan sangat penting dalam nilai etika bisnis Islam tetapi tidak merugikan hak atau kepentingan orang lain.

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui, zakat, infak, dan sedekah.

⁷⁴Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 78.

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Arwin Poniman di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare pada tanggal 25 Januari 2020, tentang tantangan dan hambatan dari implementasi etika bisnis Islam. Dia mengatakan bahwa:

“Bentuk tanggung jawab kami ke konsumen, apabila ada selisih harga antara rak dengan komputer kasir, maka konsumen berhak diberikan harga yang termurah apabila harga tersebut memang betul-betul selisih, misalnya selisihnya Rp.300 atau Rp.500 kita kasi harga yang tertera dirak. Karena yang kami khawatirkan jangan sampai konsumen kapok berbelanja di Indomaret karena hal tersebut. Disini kita ada program donasi juga. jadi biasanya kita tanyakan kekonsumen kalau misalnya uangnya Rp.20.000 dan kembalinya Rp.9.300 biasanya kita tanyakan sama konsumen dulu bilang ini uang kembalian yang Rp.300 mau didonasikan atau tidak. Karena biasanya ada konsumen yang meminta uang kembaliannya.”⁷⁵

Sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu konsumen pada tanggal 29 Januari 2020, atas nama Ibu Firda Tamar jaya yang mengatakan bahwa :

“Menurut saya, market tersebut tidak memiliki tanggung jawab karena harga barang tidak konsisten dalam menetapkan harga, jadi kami para konsumen terkadang kecewa dengan ketidaksesuaian harga yang dipasarkan. Misalnya, kami para konsumen membawa uang pas-pasan, dan ketika membayar harga barang tidak sesuai, disitulah kami merasa kecewa sebagai konsumen.”⁷⁶

⁷⁵Arwin Poniman, Kepala Toko di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 25 Januari 2020.

⁷⁶Firda Tamar Jaya, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 29 Januari 2020.

Sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu konsumen pada tanggal 29 Januari 2020, atas nama Ibu Risa Risna yang mengatakan bahwa :

“Menurut saya, Indomaret tersebut tidak sesuai dengan etika dalam berbisnis. Dengan melakukan kenaikan harga barang yang tidak sesuai. Misalnya, setelah kami kekasir dan dilakukan scanning harga maka barang tersebut lebih mahal dibanding sebelumnya.”⁷⁷

Hal yang sama dikatakan oleh Bapak Nasruddin pada tanggal 03 Februari 2020, bahwa :

“Menurut saya, tidak sesuai dengan etika bisnis Islam dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.”⁷⁸

Hal yang sama dikatakan oleh Ibu Lisa pada tanggal 20 Maret 2020, bahwa :

“Kalau masalah pertanggungjawaban pihak Indomaret, pada saat kejadian yang selisih harga itu tidak ada sikap pertanggungjawaban yang saya dapatkan, pada saat kejadian itu saya kembali kerumah mengambil uang karna saya harus tetap membayar harga yang tertera dikasir”.⁷⁹

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pandangan dari Kepala Toko Indomaret prinsip kehendak bebas dan tanggung jawab telah diterapkan di Indomaret dengan alasan apabila terjadi selisih harga antara harga label produk dan harga pada saat melakukan pembayaran, maka konsumen berhak diberikan harga yang termurah jika benar-benar terjadi selisih harga. Adapun kegiatan donasi yang ditawarkan pihak Indomaret kepada konsumen atas uang kembalian belanja dibawah Rp. 500. Apabila konsumen tidak bersedia untuk mendonasikan uang kembalinya maka pihak Indomaret akan mengembalikan sisa uang tersebut.

⁷⁷Risa Risna, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 29 Januari 2020.

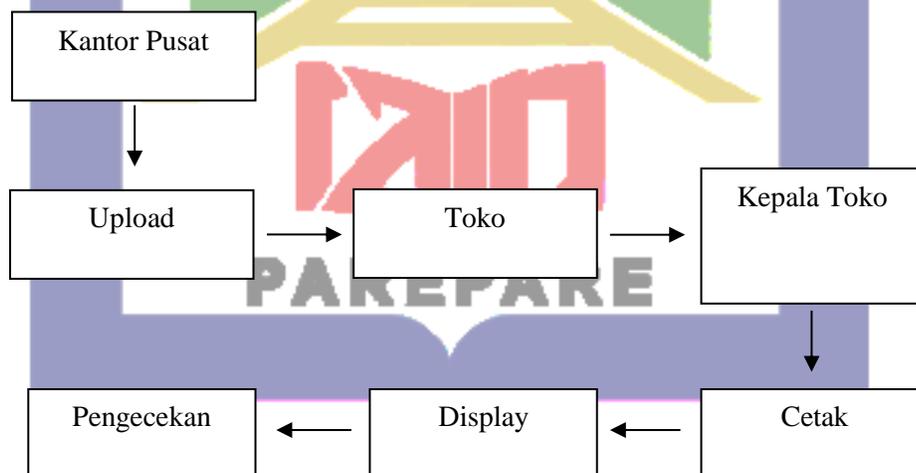
⁷⁸Nasruddin, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 03 Februari 2020.

⁷⁹Lisa, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 20 Maret 2020.

Sedangkan dari pandangan konsumen prinsip pertanggungjawaban tidak diterapkan di Indomaret karena pihak indomaret tidak konsisten dalam menetapkan harga, jadi para konsumen terkadang kecewa dengan ketidaksesuaian harga yang dipasarkan dan melakukan kenaikan harga barang yang tidak sesuai. Misalnya, setelah di kasir dan dilakukan scanning harga maka barang tersebut lebih mahal dibanding sebelumnya.

Dari pihak Indomaret mengatakan bahwa apabila terjadi selisih harga maka akan diberikan harga yang terendah untuk konsumen, sedangkan sebagian konsumen mengatakan bahwa Indomaret tidak memberikan tanggungjawab atas perubahan kenaikan harga barang. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam tanggungjawab pemberian harga belum sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

Adapun bagan proses perubahan harga di Indomaret :



Berikut adalah uraian dari masing-masing divisi pada Indomaret :

1. Kantor Pusat

Kantor pusat membentuk kenaikan dan penurunan harga pada semua item. Hal tersebut bertujuan untuk menyesuaikan harga pasar.

2. Upload

Setelah harga terbentuk, kantor pusat bertugas untuk mengupload atau memposting perubahan tersebut pada sistem komputer online yang bias diakses oleh semua toko Indomaret.

3. Toko

Perubahan harga yang sudah diposting oleh kantor pusat bias diakses melalui komputer toko, pemostingian tersebut dilakukan setiap malam harinya.

4. Kepala Toko

Kepala toko mengecek perubahan harga tersebut setiap paginya setelah shift terakhir berakhir. Dengan menggunakan user Id yang dimiliki masing-masing.

5. Cetak

Kepala toko selanjutnya bertugas untuk mencetak harga label.

6. Display

Setelah semua perubahan harga tercetak semua, harga label lalu didisplay berdasarkan itemnya dan melakukan pengecekan ulang apakah label yang baru sudah terpasang semua atau belum.

7. Pengecekan

Semua personil toko wajib melakukan pengecekan ulang terhadap harga yang baru saja dipasang untuk mencegah terjadinya kesalahan.

Berdasarkan dari pengalaman masyarakat luas yang berbelanja ditoko Indomaret, mereka mengaku bahwa pernah menjumpai perbedaan harga kasir dan harga label. Akan tetapi sikap konsumen berbeda-beda, ada konsumen yang selalu menyikapi setiap adanya perbedaan. Ada juga konsumen yang tahu mengenai perubahan harga tersebut akan tetapi memilih bersikap biasa saja, atau tidak memperlakukan perbedaan harga tersebut. Dan juga ada konsumen yang tidak tahu mengenai perbedaan harga karena pada saat belanja tidak pernah mengecek nota maupun label harga. Dan untuk mencegah terjadinya perbedaan harga dilakukan pengecekan ulang saat pemasangan label harga di rak.

4. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam dengan menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.⁸⁰

Kebajikan (ihsan) atau kebaikan terhadap orang lain didefinisikan sebagai “tindakan yang menguntungkan orang lain lebih dibanding orang yang melakukan

⁸⁰Abdul Aziz, *Etika Bisnis Pesrfektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 45-46.

tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apapun”. Kebaikan sangat didorong didalam Islam. Islam tidak membenarkan setiap tindakan yang dapat menimbulkan kerusakan terhadap diri, masyarakat bahkan makhluk lain seperti binatang, tumbuhan dan alam.

Sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu konsumen pada tanggal 29 Januari 2020 atas nama Ibu Firda Tamar jaya yang mengatakan bahwa :

“Penerapan etika bisnis Islam dalam bentuk pelayanannya kepada konsumen dengan baik, dan sikap pegawai yang sopan dalam melayani konsumen”.⁸¹

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Indomaret dapat dilihat pada sistem pelayanan yang diberikan kepada konsumen, dimana ketika konsumen datang berbelanja maka akan selalu ada sapaan yang sopan dari pegawai Indomaret seperti “Selamat Datang di Indomaret, Selamat Berbelanja. Begitu juga ketika ingin membayar produk yang dibelinya dan ketika ingin keluar dari Indomaret selalu ada sikap sopan santun yang diterima dari pegawai Indomaret.

Dalam prinsip kebajikan tersebut Indomaret senantiasa melakukan atau memberikan donasi terhadap pihak yang membutuhkan dari hasil uang receh kembalian belanja pelanggan. Ada beberapa jenis donasi dari Indomaret, seperti :

⁸¹Firda Tamar Jaya, Konsumen di Indomaret Jenderal Sudirman Parepare, pada tanggal 29 Januari 2020.

Tabel 4.5 Program Donasi Indomaret Secara Nasional

No	Program/kegiatan Donasi	Tanggal donasi	Jumlah donasi	Yayasan
1	Membangun 75 unit hunian semi permanen, sarana sanitasi dan penghijauan di Desa Labean Donggala. Kepada UMKM diberikan bantuan usaha 60 unit gerobak di Kabupaten Palu dan Donggala serta pelatihan kewirausahaan UMKM. Di bidang pendidikan 1.000 paket peralatan belajar bagi siswa Kabupaten Palu, Sigi, dan Donggala.	10 Oktober-9 Desember 2018	Rp. 3.604.577.293	NU CARE LASIZNU
2	Membangun gedung pelatihan teknologi informasi bagi anak-anak disabilitas.	2 Mei-31 Juli 2019	Rp. 5.756.213.206.	Yayasan Pembinaan Anak Cacat (YPAC) Nasional
3	Untuk membantu korban gempa di Lombok. korban bencana gempa dan tsunami di Palu dan Donggala. penggalangan donasi untuk Peduli Pendidikan	10 Agustus- 9 Oktober 2018 1-8 Agustus 2018 dan Desember 2018- Februari 2019	Rp. 3.051.334.467 Rp. 4.315.952.531	NU-CARE LAZISNU
4	Kemanusiaan bagi penderita kanker.	1 Mei-31 Juli 2018	Rp. 4.309.973.129	YKI (Yayasan Kanker Indonesia)

Bantuan diperuntukkan bagi pembangunan gedung rumah singgah penderita kanker “Sasana Mardi Husada”.	1 September-31 Desember 2014	Rp 4.116.666.869	
---	------------------------------	-------------------------	--

(Sumber Data Dari Indomaret)

Berdasarkan tabel diatas kegiatan atau program donasi yang dilakukan Indomaret dapat dilihat bahwa, Indomaret telah melakukan kegiatan untuk kemaslahatan atau kebaikan sesama manusia dalam memberikan bantuan bagi yang membutuhkan. Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa, kegiatan yang dilakukan Indomaret yang pertama yaitu, Indomaret dan NU CARE LAZISNU bekerja sama dalam memberikan bantuan dengan membangun 75 unit hunian semi permanen, sarana sanitasi dan penghijauan di Desa Labean Donggala. Kepada UMKM diberikan bantuan usaha 60 unit gerobak di Kabupaten Palu dan Donggala serta pelatihan kewirausahaan UMKM. Di bidang pendidikan 1.000 paket peralatan belajar bagi siswa Kabupaten Pali, Sigi, dan Donggala dengan donasi sebesar **Rp. 3.604.577.293**. Yang kedua Indomaret bekerja sama dengan Yayasan Pembinaan Anak Cacat (YPAC) Nasional dalam membangun gedung pelatihan teknologi informasi bagi anak-anak disabilitas dengan donasi sebesar **Rp. 5.756.213.206**. Ketiga yaitu Indomaret bekerja sama dengan NU CARE LAZISNU dalam membantu korban gempa di Lombok dengan donasi sebesar **Rp. 3.051.334.467**, korban bencana gempa dan tsunami di Palu dan Donggala, dengan penggalangan donasi untuk Peduli Pendidikan sebesar **Rp. 4.315.952.531**. Selanjutnya, Indomaret bekerja sama dengan YKI (Yayasan Kanker Indonesia) memberikan bantuan bagi penderita kanker dengan donasi sebesar **Rp. 4.309.973.129**. serta memberikan bantuan dengan membangun gedung rumah singgah penderita kanker “Sasana Mardi Husada” dengan donasi sebesar **Rp. 4.116.666.869**.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Sistem pembayaran yang diterapkan di Indomaret ada dua jenis sistem pembayaran yaitu pembayaran tunai (*cash*) dan pembayaran nontunai (*non-cash*).

Pembayaran Tunai (*cash*) adalah alat pembayaran tunai dapat dilakukan dengan menggunakan uang, baik jenis uang logam ataupun uang kertas. Dalam peredarannya, uang tersedia dalam berbagai jenis pecahan agar memudahkan untuk bertransaksi. Setiap uang yang dikeluarkan dimaksudkan untuk mempermudah kelancaran transaksi pembayaran tunai, dapat diterima dan dipercaya oleh masyarakat. Adapun Pembayaran Nontunai (*non-cash*) adalah alat pembayaran non-tunai dapat digolongkan menjadi dua kelompok, yakni alat pembayaran untuk *credit transfer* dan alat pembayaran untuk *debit transfer*.

5.1.2 Transaksi di Indomaret sebagian transaksinya menerapkan etika bisnis Islam yaitu dalam pelayanannya kepada konsumen di mana karyawan selalu sopan kepada konsumen, sedangkan sebagian yang lain dianggap tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam karna adanya ketidakjelasan di mana terjadinya selisih harga pada harga label produk dan pada saat melakukan pembayaran.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk pegawai Indomaret agar tidak lalai dalam mengganti harga label produk agar tidak lagi terjadi selisih harga yang membuat konsumen merasa dirugikan seperti yang sering terjadi.

5.2.2 Saran untuk peneliti lain yang berminat untuk meneliti masalah yang sama, penelitian ini masih belum mencakup semua masalah di lapangan, masih banyak faktor-faktor yang harus diteliti terkait dengan transaksi di Indomaret.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran dan Terjemahan

- Aedi , Hasan . 2011. *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2011. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Aziz, Abdul. 2013. *Ekonomi Bisnis Persfektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Azwar , Sifuddin. 2000. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badroen, Faisal. 2007. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Bertens, K. 1993. *Etika*. Jakarta: Gramedia.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Quran dan Terjemahan Bahasa Indonesia*.
- Hakim, Lukman. 2012. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: Erlangga.
- Harahap, S. Sofyan. 2011. *Etika Bisnis Islam dalam Persfektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harini, *Pengertian Penetapan Harga, Tujuan, Metode, dan Strategi Penetapan Harga Terlengkap*, <https://www.pelajaran.id/2018/12/pengertian-penetapan-harga-tujuan-metode-dan-strategi-penetapan-harga.html>, (Diakses pada hari minggu 30 juni 2019 pukul 17.00).
- Haroen, Nasrun. 2007. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Hasan, M. Ali. 2004. *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Hasnah. 2013. *Penetapan Harga Jual Dalam Presfektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Prasmanan Arhy)*. Skripsi Sarjana: Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, Makassar.
- Ikbal, Muhaimin. 2005. *Kebijakan Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema insani pres.
- Jabir, Taha Al-Alwani. 2005. *Bisnis Islam*. Yogyakarta: AK GROUP.
- Kadir, A. 2010. *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Karim, Adidarmawan. 2003. *Kajian Ekonomi Islam*. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mahfudz, Asmawi. 2010. *Pembaharuan Hukum Islam*. Yogyakarta: Teras.
- Mardalis. 2004. *Metode Penelitian: Pendekatan Proposal*. Jakarta: BumiAksara.
- Muslich, Ahmad Wardi. 2010. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Amzah.
- Nullah, M. Ridwan. *Etika Berbisnis yang Baik Ala Rasulullah SAW*, <https://www.kompasiana.com/mridwan/etika-berbisnis-yang-baik-ala-rasulullah-saw?page=all>, (Diakses pada hari senin 1 Juli 2019 pukul 10.00).

- Pass, Christopher and Bryan Lowes. 1988. *Kamus Lengkap Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Poedjoseobroto, Santoso. 1996. *Ekonomi Mikro Islam* Jakarta: Bharata.
- Pohan, Aulia. 2011. *Sistem Pembayaran Strategi dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rasyid, Harun. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Ilmu Sosial Agama*. Pontianak: STAIN Pontianak.
- Rozalinda. 2014. *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Simorangkir, OP. 2003. *Etika Bisnis, Jabatan, dan Perbankan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, Hendi. 2002. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Suprayogo, Imam dan Tobroni. 2011. *Metode Penelitian Sosial Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Supriadi. 2018. *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Bogor: Guepedia.
- Suyanto dan Bagong. 2007. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Syafe'I, Rachmad. 2001. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Usman, Husain dan Purnomo Setiady Akbar. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Refrensi Jurnal

- Aisyah, Sovi Nur. 2015. *Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah*. Skripsi Sarjana: Syariah dan Ekonomi Islam: Cirebon.
- Astutik, Eva Dwi. 2018. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Berbasis Swalayan Di Pnorogo*. Skripsi Sarjana: Jurusan Muamalah Fakultas Syariah.
- Muljayanti, Reni Sri. 2011. *Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi Dan Customer Service Terhadap Citra Minimarket Indomaret*. Skripsi Sarjana: Ekonomi dan Bisnis: Jakarta.
- Romansyah, Iman. 2016. *Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi Sarjana: Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, Lampung.
- Sulpa, Nadyah. 2014. *Proses Penentuan Harga Jual Pada Rumah Makan Citra Minang Di Makassar*. Skripsi Sarjana: Jurusan Akuntansi Ekonomi dan Bisnis: Makassar.

Refrensi Internet

Wibisono, Bahaduri. 2014. *Persepsi Konsumen Terhadap Produk Private Label Indomaret (Studi pada Indomaret di Salatiga)*. Salatiga: Ekonomi dan Bisnis.

Wikipedia,*Bisnis*, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bisnis>. (Diakses pada tanggal 30 Juni 2019 pukul 16.30).

Wikipedia,*Etika*, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Etika>. (Diakses pada tanggal 30 Juni 2019 pukul 16.20).

Wikipedia,*Etika Bisnis*, https://id.m.wikipedia.org/wiki/Etika_bisnis. (Diakses pada tanggal 30 Juni 2019 pukul 16.50).

Wikipedia, Sistem Pembayaran, https://id.m.wikipedia.org/wiki/Sistem_pembayaran, (diakses pada hari senin 1 Juli 2019, pukul 09.15).



RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Ridha Widyanti Amalia, lahir di Kota Parepare, pada tanggal 15 Juni 1997 di RS Fatimah Kota Parepare. Penulis anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan H. Tasmin Thaif dan Hj. Mardiana. Pendidikan formal penulis menamatkan Sekolah Dasar pada SD Negeri 47 Parepare dan lulus tahun 2009, kemudian penulis melanjutkan studi ke SMP Negeri 2 Parepare dan lulus pada tahun 2012. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan sekolah di SMA Negeri 1 Parepare dan lulus pada tahun 2015. Pada tahun yang sama penulis lalu melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada Program Sarjana Strata satu (S1) dengan mengambil jurusan FEBI, program studi Ekonomi Syariah.

Penulis melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Kantor PLN Bakaru Parepare dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Kelurahan Massepe Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan.

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi penulis mengajukan skripsi dengan judul **“ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP HARGA LABEL PRODUK DAN SISTEM PEMBAYARAN DI INDOMARET KOTA PAREPARE”**.



CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE