

**SKRIPSI**  
**TINJAUAN EKONOMI SYARIAH DALAM PENETAPAN**  
**HARGA PENJUALAN BATU BATA DI LABILI-BILI**  
**KABUPATEN PINRANG**



**OLEH**

**AULIA RANDI**  
**NIM 19.2400.005**

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

**2023**

**TINJAUAN EKONOMI SYARIAH DALAM PENETAPAN  
HARGA PENJUALAN BATU BATA DI LABILI-BILI  
KABUPATEN PINRANG**



**OLEH**

**AULIA RANDI  
NIM : 19.2400.005**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut  
Agama Islam Negeri Parepare

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

**2023**

**TINJAUAN EKONOMI SYARIAH DALAM PENETAPAN  
HARGA PENJUALAN BATU BATA DI LABILI BILI  
KABUPATEN PINRANG**

**Skripsi**

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai**

**Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Program Studi**

**Ekonomi Syariah**

**Disusun dan Diajukan oleh**

**AULIA RANDI**

**NIM: 19.2400.005**

**Kepada**

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

**2023**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan  
Harga Penjualan Batu-Bata di Labili-bili  
Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Aulia Randi

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2400.005

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
No. B.2824/In.39.8/PP.00.9/07/2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. (.....*rayji*.....)

NIP : 19700627 200501 1 005

Pembimbing Kedua : Umaima S.Sy., M.El. (.....*U*.....)

NIP : 19890717 201801 2 002

Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP. 19710208200112 002

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan Harga  
Penjualan Batu-Bata di Labili-bili Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Aulia Randi

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2400.005

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing: Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
No. B.2824/In.39.8/PP.00.9/07/2022

Tanggal kelulusan :

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. (Ketua) (.....)

Umaima, S.Sy., M.El. (Sekretaris) (.....)

Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I. (Anggota) (.....)

Darwis, S.E., M.Si. (Anggota) (.....)

Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP. 19710208200112 002

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah swt yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang”. Shalawat serta salam kepada Nabi Allah Swt. yaitu Muhammad saw. beserta keluarga-keluarganya, para sahabatnya dan yang mengikuti jejak beliau hingga akhir zaman kelak. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta disekeliling saya yang mendukung, membantu, dan membimbing dalam pengerjaannya.

Penulis menyampaikan banyak terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua penulis Ayahanda Damri dan Ibunda Ratna yang senantiasa mendukung dan mendoakan setiap langkah dan usaha untuk mewujudkan harapan penulis.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. selaku pembimbing I dan Ibu Umaima, S.Sy., M.El.

selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis, memberikan arahan, saran dan kritikan hingga skripsi ini selesai, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada:

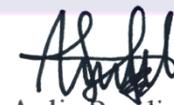
1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. sebagai rector IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola Pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr Musdalifah Muhammadun, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Bapak Andi Bahri S, M.E., M. Fil.I selaku wakil dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Ibu Dr. Damirah, S.E., M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya serta dedikasinya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Umaima, S.Sy., M.EI. selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Parepare.
4. Seluruh staff pengajar di kampus Institut Agama Islam Negeri Parepare, yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di IAIN Parepare.
5. Bapak dan Ibu Staf dan Admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai berbagai pengurusan untuk berkas penyelesaian studi.
6. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalankan studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.

7. Seluruh Informan penulis di Labili bili Kabupaten Pinrang yakni masyarakat yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan banyak informasi yang bermanfaat kepada penulis.
8. Kepada teman-teman seperjuangan saya Sapika, Dilla, Henni, Wahyuni, Sartika, Diza. Yang setia mendukung dan menyemangati apapun yang selama ini penulis hadapi. Untuk teman sekaligus sepupu saya Serli yang selalu siap menemani penulis disaat yang dibutuhkan. Terima kasih telah menemani masa kuliah saya.
9. Terima kasih kepada rekan-rekan angkatan 2019 khususnya di Prodi Ekonomi Syariah yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
10. Terakhir untuk diri sendiri terima kasih telah mau berusaha dan bertahan hingga mampu sampai di titik ini, you did it !!!

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah Swt. dan penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 22 Mei 2023  
2 Dzulqa'dah 1444 H

Penulis



Aulia Randi  
NIM. 19.2400.005

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

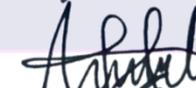
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Aulia Randi  
NIM : 19.2400.005  
Tempat/Tgl. Lahir : Labili-bili, 31 Juli 2001  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Tinjauan Ekonomi Syariah dalam Penetapan Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang.

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 karenanya batal demi hukum.

Parepare, 22 Mei 2023

Penyusun



Aulia Randi

NIM. 19.2400.005

## ABSTRAK

**Aulia Randi.** *Tinjauan Ekonomi Syariah dalam Penetapan Harga Penjualan Batu Bata di Labili-bili Kabupaten Pinrang.* (dibimbing oleh H. Mukhtar Yunus dan Umaima).

Penetapan harga merupakan sebuah bagian yang penting dan kompleks dalam manajemen pemasaran. Konsep penetapan harga dalam Islam sesuai dengan *Maqashid al-Syariah*, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan diantara manusia. Mekanisme penetapan harga penjualan batu bata yang ada di Labili-bili Kabupaten Pinrang harga di setiap penjualannya seringkali berubah ubah dan tidak menetap. Berbagai macam metode penetapan harga tidak dilarang dalam Islam dengan ketentuan harga yang ditetapkan oleh pedagang atau pengusaha tidak menzolimi pihak pembeli. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui metode yang digunakan pengrajin batu-bata dan faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga jualnya, apakah telah sesuai dengan prinsip syariah. Memberikan pemahaman kepada pengrajin batu-bata mengenai penetapan harga sesuai prinsip syariah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang datanya diperoleh dari observasi lapangan dan wawancara. Adapun Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode deskriptif analisis dan metode berfikir deduktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam penetapan harga jual pengrajin batu-bata di Labili-bili menggunakan metode penetapan harga berbasis permintaan, biaya, dan pesaing. Faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga jual ialah faktor biaya, pesaing, cuaca, dan keadaan ekonomi. Berdasarkan tinjauan ekonomi Syariah maka harga jual yang ditetapkan oleh pembuat batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang sebagian belum sesuai dengan prinsip prinsip Syariah. Penetapan harga jual berdasarkan kondisi ekonomi pembuat batu-bata yang apabila mengalami desakan maka beberapa dari pembuat batu-bata dalam penetapan harga jualnya tidak sesuai dengan prinsip Syariah.

**Kata kunci:** Penetapan Harga, Batu-bata, Ekonomi Syariah

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kegunaan Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan .....	9
B. Tinjauan Teori.....	12
1. Teori Penetapan Harga .....	12
2. Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Syariah .....	26
C. Kerangka Konseptual .....	38
D. Kerangka Pikir .....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	40

B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	40
C. Fokus Penelitian.....	41
D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	41
E. Uji Keabsahan Data .....	45
F. Teknik Analisa Data .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
A. Hasil Penelitian .....	47
1. Mekanisme Penetapan Harga Penjualan Batu-Bata di Labili-bili Kabupaten Pinrang .....	47
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi dalam Penetapan Harga Jual Batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang.....	54
3. Tinjauan Syariah dalam Penetapan Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang .....	60
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	63
1. Mekanisme penetapan harga penjualan batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang .....	64
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga penjualan batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang.....	69
3. Tinjauan Ekonomi Syariah dalam Penetapan Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang .....	73
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>79</b>
A. Simpulan .....	79
B. Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>
<b>BIODATA PENULIS .....</b>	<b>105</b>

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
3.1	Penyebaran Penduduk Menurut Mata Pencapaian	43



## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	39



**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>No. Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1	Pedoman Wawancara	77
2	Surat Izin Penelitian dari IAIN Parepare	80
3	Surta Izin Penelitian dari Kantor Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pinrang	81
4	Surat Keterangan Persetujuan Meneliti dari Kecamatan Suppa	82
5	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	83
6	Surat Keterangan Wawancara	87
7	Dokumentasi	97
8	Biodata Penulis	102

## PEDOMAN TRANSLITERASI

### A. Transliterasi

#### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	Tha	th	te dan ha
ج	Jim	j	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Dhal	dh	de dan ha

ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik keatas
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qof	q	Qi
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
ه	Ha	h	Ha

ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (')

## 2. Vokal

1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dammah	U	U

2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَـ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وَـ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَى : kaifa

حَوْلَ : haula

### 3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, tranlitasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ/أِي	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
يِي	kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
وُو	dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَات : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

### 4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1). *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- 2). *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Rauḍah al-jannah* atau *Rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah* atau *Al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

### 5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعِمُّ : *Nu'ima*

عُدُّوْ : *'Aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِيٌّ : "Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ل* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

سَيِّئٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

## 8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara

transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fī zilāl al-qur'an*

*Al-sunnah qabl al-tadwin*

*Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab*

### 9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudaf ilahi (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnillah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

*Hum fī rahmmatillāh*

### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an*

*Nasir al-Din al-Tusī*

*Abū Nasr al-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

*Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd*, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd, Abū al- Walīd Muhammad* (bukan: *Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

*Naṣr Hamīd Abū Zaid*, ditulis menjadi *Abū Zaid, Naṣr Hamīd* (bukan: *Zaid, Naṣr Abū Hamīd*)

## **B. Singkatan**

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānāhu wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s	=	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS./...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “edotor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. : “dan lain-lain” atau “ dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj: Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karta terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya

Vol.: Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

## **BAB I**

### **PENDAHUALAN**

#### **A. Latar Belakang**

Manusia pada dasarnya adalah makhluk yang sangat terikat dengan kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi dalam hidupnya. Kebutuhan-kebutuhan tersebut antara lain pangan, sandang, dan papan. Ketiga kebutuhan ini merupakan kebutuhan primer bagi manusia. Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak ada yang dapat hidup sendiri, tidak ada seorang pun dapat membuat semua barang yang dibutuhkannya. Manusia selalu membutuhkan orang lain, oleh sebab itu ada kerja sama antara orang yang satu dengan orang lainnya. Untuk itu setiap orang selalu mencari cara yang dapat dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya.

Salah satu cara yang dapat dilakukan manusia adalah dengan cara menciptakan kegiatan industri. Industri adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misalnya mesin. Istilah industri secara ekonomi dapat diartikan sebagai kegiatan mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi. Pengolahan barang disini dapat dilakukan secara manual, dengan mesin, maupun secara elektronik.<sup>1</sup> Kegiatan ini bukan hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang maupun masyarakat, namun juga mampu menjadi lapangan pekerjaan bagi masyarakat, menambah, meratakan kesempatan kerja, serta meningkatkan produksi guna mencapai kesejahteraan.

Home industry atau industri rumah tangga adalah sistem produksi yang menghasilkan nilai tambah yang dilakukan di lokasi rumah perorangan, dan bukan di suatu pabrik. Dari skala usaha, industri rumahan termasuk usaha mikro. Umumnya

---

<sup>1</sup> Subandi, *Sistem Ekonomi Indonesia* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 71.

industri rumahan tergolong sektor informal yang memproduksi secara unik, terkait dengan kearifan lokal, sumber daya setempat dan mengedepankan buatan tangan. Home industri bergerak dalam skala kecil, dari tenaga kerja yang bukan profesional, modal yang kecil.<sup>2</sup>

Industri rumah tangga memiliki peranan penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang mampu memberikan kesempatan kerja yang secara tidak langsung dapat mengurangi pengangguran, serta dapat meningkatkan pendapatan keluarga. Dengan melihat adanya perkembangan industri kecil atau industri rumah tangga saat ini menunjukkan pentingnya peranan manusia dalam memanfaatkan lingkungan melihat sumber daya yang ada untuk kelangsungan hidupnya.

Industri rumah tangga merupakan salah satu sektor perekonomian masyarakat di Labili-bili, dan salah satu industri yang banyak dikerjakan oleh rumah tangga pengrajin adalah batu-bata. Rumah tangga pengrajin industri batu-bata semakin banyak muncul dan mengerjakan/mencetak batu-bata yang kemudian menjadi salah satu kegiatan ekonomi masyarakat di Kabupaten Pinrang terutama di Labili-bili Kecamatan Suppa.

Pertumbuhan manusia yang sangat cepat, memunculkan kebutuhan adanya tempat berteduh serta istirahat yakni rumah. Semakin banyak angka kelahiran serta semakin banyaknya jumlah manusia yang ada di suatu negara, mereka akan membutuhkan rumah bagi tiap-tiap keluarga. Bahan dasar untuk membuat rumah salah satunya adalah batu bata.

---

<sup>2</sup> Riski Ananda, 'Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik Di Kelurahan Kubu Gadang).', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3.2 (2016), h. 10.

Batu-bata adalah salah satu jenis batu buatan yang berasal dari tanah liat, batu-bata ini digunakan untuk berbagai jenis bangunan. Produk bangunan ini banyak dijumpai di daerah, mulai dari perkotaan sampai pedesaan, industri pembuatan batu-bata ini mulai dikembangkan. Hal ini disebabkan oleh produksi pembuatan batu-bata yang cukup sederhana, ditambahkan lagi pemerintah memberikan ruang bagi masyarakat untuk membuka dan mengembangkan usaha usaha produksi batu-bata skala kecil menengah salah satunya usaha kecil pada pembuatan batu-bata. Banyaknya pengusaha atau perusahaan bata yang berkembang berdampak positif, yaitu mampu mencukupi permintaan pasar yang terus naik dari waktu ke waktu, membuka lapangan kerja sekitar lingkungan, memperkecil angka pengangguran. Ada beberapa faktor yang mendorong masyarakat di Labili-bili bekerja pada sentra pembuatan batu-bata. Dari segi fisik terdapat lokasi yang sangat mendukung yang digunakan dalam proses pembuatan bata-bata. Dari segi sosial antara lain kurangnya lapangan pekerjaan, keinginan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dan berusaha meningkatkan kesejahteraan rumah tangga oleh karena itu, usaha pembuatan batu-bata di Labili-bili dimanfaatkan oleh beberapa penduduk setempat terutama untuk alasan pendapatan rumah tangga agar dapat menunjang kesejahteraan hidup mereka.

Labili-bili adalah salah satu daerah yang berada di Kelurahan Tellumpanua yang dimana daerah Tellumpanua terbagi lagi menjadi dua lingkungan yaitu lingkungan Labili-bili dan lingkungan Lappa-lappae. Berada di daerah berbatasan tepatnya perbatasan Pare-Pinrang. Lingkungan Lappa-lappae mayoritas masyarakatnya memiliki mata pencaharian sebagai petani sedangkan lingkungan Labili-bili mayoritas masyarakatnya adalah pembuat batu-bata.

Industri batu-bata yang ada di Labili-bili memanfaatkan bahan baku berupa tanah yang diolah melalui proses merencah lumpur, mencetak, mengeringkan dan sampai pada tahap pembakaran. Berkaitan dengan pemasaran produk yang akan dijual, penetapan harga pada industri batu-bata juga penting untuk dianalisa karena di samping untuk meningkatkan laba yang diperoleh, mengingat jumlahnya yang juga terus bertambah serta faktor minat dan ketertarikan konsumen pada produk yang ditawarkan juga akan mempertimbangkan penetapan harga tersebut.

Menurut Philips Kotler dalam bukunya berjudul *Manajemen Pemasaran* menyatakan bahwa penetapan harga merupakan suatu masalah jika perusahaan akan menetapkan harga untuk pertama kalinya. Definisi tersebut menjelaskan bahwa setiap perusahaan harus memutuskan dimana ia akan menempatkan produknya berdasarkan mutu harga jual. Harga jual merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, konsumen akan membeli suatu produk apabila ada keseimbangan antara alasan dalam menetapkan harga jual. Sehingga hal ini sangat penting dalam menetapkan mekanisme harga dalam pasar.<sup>3</sup>

Dalam menentukan harga, perusahaan harus memperhatikan sasaran dalam menetapkan harga. Perusahaan dapat memilih sasaran yang sesuai dengan tujuan perusahaan, apakah berorientasi kepada laba, berorientasi kepada penjualan, atau berorientasi kepada pesaing. Masing-masing sasaran memiliki keunggulan sehingga harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Dengan pemilihan sasaran yang tepat tujuan perusahaan dapat dicapai dengan lebih cepat.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Philips Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol* (Jakarta: PT Prenhallindo, 1998), h. 109–110.

<sup>4</sup> Sukarno Dewantoro, *Strategi Penetapan Harga pada PT Madubaru Bantul*, (Skripsi Sarjana: Jurusan Ekonomi; Yogyakarta, 2015), h. 3.

Masih banyak masyarakat awam yang tidak mengerti apa saja yang harus diperhatikan dalam menentukan besar keuntungan yang boleh diambil dalam perdagangan, sehingga banyak terjadi harga yang ditentukan sesuai dengan kemauan masing-masing individu tanpa melihat apakah keuntungan yang diambil dari penjualan barang tersebut sesuai atau tidak menurut ekonomi syariah.

Kegiatan ekonomi syariah harus didasarkan pada prinsip keseimbangan yang berkaitan dengan keseimbangan kebutuhan individu dan kebutuhan kemasyarakatan (umum). Islam menekankan keselarasan antara lahir dan batin, individu dan masyarakat. Keseimbangan dalam ekonomi syariah juga mengandung makna keseimbangan dalam mendistribusikan kekayaan yang dimiliki negara, seperti zakat, sedekah, *ganimah* (harta rampasan perang), *fai* (harta rampasan perang tidak melalui peperangan), *kharaj* (pajak atas daerah yang ditaklukkan dalam perang), *ushr* (zakat tanaman).<sup>5</sup>

*Maqashid al-syariah* adalah maksud atau tujuan yang melatarbelakangi ketentuan-ketentuan hukum Islam atau dengan bahasa yang sederhana adalah maksud dan tujuan disyariatkannya hukum. Tujuan persyariatan hukum adalah untuk kebahagiaan hidup manusia di dunia dan akhirat, dengan jalan mengambil yang bermanfaat dan mencegah atau menolak yang merusak. Dengan kata lain, tujuan pensyariatan hukum adalah untuk mencapai kemaslahatan hidup manusia, baik rohani maupun jasmani. Keberadaan *Maqashid al-syariah* juga untuk mewujudkan kemaslahatan yaitu kebaikan bagi manusia baik di dunia maupun di akhirat yang

---

<sup>5</sup> Amiruddin K, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 40.

dapat dicapai dengan terpenuhinya lima unsur *maqashid Syariah* yaitu pemeliharaan agama, akal, jiwa, keturunan dan harta.<sup>6</sup>

Konsep penetapan harga dalam Islam sesuai dengan *Maqashid al-Syariah*, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan diantara manusia. Penentuan harga menjadi suatu keharusan dengan alasan menegakkan kemaslahatan manusia dengan memerangi distorsi pasar (memerangi *mafsadah* atau kerusakan yang terjadi di lapangan). Islam mengharuskan untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan, berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan.

Berbagai macam metode penetapan harga tidak dilarang dalam Islam dengan ketentuan harga yang ditetapkan oleh pedagang atau pengusaha tidak menzolimi pihak pembeli, yaitu dengan mengambil keuntungan di atas normal atau tingkat kewajaran, tidak ada penetapan harga yang sifatnya memaksa terhadap para pedagang atau pengusaha selama mereka menetapkan harga yang wajar dengan mengambil tingkat keuntungan yang wajar atau tidak di atas normalnya. Harga yang diridhai oleh masing-masing pihak, baik pihak pembeli maupun pihak penjual.<sup>7</sup> Maka salah satu prinsip dalam penentuan harga jual adalah dilihat dari keinginan konsumen dalam melihat jenis produknya. Karena itu harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan observasi awal bahwa mekanisme penetapan harga penjualan batu bata yang ada di Labili-bili Kecamatan Suppa Kabupaten Pinrang harga di setiap penjualannya seringkali berubah ubah dan tidak menetap. Pengrajin batu-bata dalam

---

<sup>6</sup> Nur Hayati, Ali Imran Sinaga, *Fiqh dan Ushul Fiqh*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), h. 75.

<sup>7</sup> Muhammad Birusman Nuryadin, Harga dalam Perspektif Islam, *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, 4.1 (2007), h. 86-99.

menetapkan harga jualnya ialah berdasarkan kondisi ekonomi, pesaing terdekat, dan perkiraan besaran biaya yang dikeluarkan. Apabila kondisi ekonomi pengrajin batu-bata mengalami desakan, maka akan menjual batu-batanya dengan harga yang lebih murah agar cepat laku dan segera mendapatkan uang. Sebagian pengrajin batu-bata dalam menetapkan harga jualnya ialah dengan bermodalkan bertanya-tanya pada masyarakat sekitar. Ada juga yang menetapkan harganya dengan memperkirakan besaran biaya yang dikeluarkan. Namun hal tersebut tidak bisa dijadikan kesimpulan akhir bagi semua pengrajin batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang ini seiring berkembangnya zaman dan semakin dinamisnya kehidupan masyarakat desa.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana mekanisme penetapan harga penjualan batu-bata di Labili-bili Kabupaten Pinrang?
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga penjualan batu-bata di Labili-bili Kabupaten Pinrang?
3. Bagaimana tinjauan syariah dalam penetapan harga penjualan batu-bata di Labili-bili Kabupaten Pinrang?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, maka adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme penetapan harga penjualan batu-bata di Labili-bili.

2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga penjualan batu-bata di Labili-bili Kabupaten Pinrang.
3. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan syariah dalam penetapan harga penjualan batu-bata di Labili-bili.

**D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran secara teoritis dalam rangka perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bagi ilmu ekonomi syariah.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan secara praktis terhadap berbagai pihak, khususnya pihak-pihak sebagai berikut:

a. Bagi mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai mekanisme penetapan harga berdasarkan tinjauan ekonomi syariah serta mendapatkan informasi dari lapangan mengenai bagaimana penentuan harga dari para pengusaha batu-bata di Labili-bili Kecamatan Suppa.

b. Bagi masyarakat

Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam menentukan harga penjualan berdasarkan tinjauan ekonomi syariah.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu digunakan untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik dan sempurna, untuk itu penulis mengambil referensi yang berasal dari penelitian terdahulu berupa skripsi yang berkaitan dengan penelitian penulis. Adapun hasil penelitian yang penulis maksud adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang disusun oleh Siti Muslihatun, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang berjudul “Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dan Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Fotocopy dan Percetakan Ammey).” Adapun hasil dari penelitian ini, bahwa mekanisme penetapan pembulatan harga yang tidak jelas di Fotocopy, namun percetakan Ammey menggunakan penetapan harga berbasis keadilan, penetapan harga di Fotocopy Ammey sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam karena harga yang ditetapkan tidak mendzalimi pembeli yaitu Fotocopy dan Percetakan Ammey mengambil keuntungan pada tingkat hasil pembulatan harga, tetapi sisa dari hasil pembulatan tersebut akan dikumpulkan dan dialihkan untuk dana sosial dan untuk kotak amal masjid, dan penetapan pembulatan harga merupakan titik keseimbangan antara kekuatan penawaran dan permintaan yang disepakati secara rela sama rela oleh penjual dan pembeli.<sup>8</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama membahas tentang penetapan harga sedangkan perbedaannya adalah

---

<sup>8</sup> Siti Muslihatun, “Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dan Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Fotocopy dan Percetakan Ammey)”, (Skripsi Sarjana: Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam: Bengkulu, 2017), h. 68.

terletak pada masalah yang dikaji, didalam skripsi saudari Siti Muslihatun mengkaji dan meneliti permasalahan sistem penetapan harga yang dilakukan dengan sistem pembulatan harga oleh Fotocopy dan Percetakan Ammey. Sedangkan permasalahan penelitian yang penulis kaji dan teliti penetapan harga yang dilakukan oleh pembuat batu bata yang ada di Labili-bili dengan menetapkan harga penjualan batu batanya didasarkan pada kondisi ekonomi pembuat batu bata.

2. Tati Urrokhmah, “Strategi Penetapan Harga dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto”.<sup>9</sup> Hasil dari penelitian kualitatif tersebut ialah implementasi strategi penetapan harga dalam meningkatkan penjualan Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto yaitu melalui 2 metode: Strategi penetapan harga produk baru dan strategi harga tunggal. Ada 2 strategi pokok yang dilakukan Kayla Fashion dalam menetapkan harga produk baru, yaitu: *Skimming Pricing* dan *Penetration Pricing*. *Skimming Pricing* merupakan strategi yang menetapkan harga tinggi pada suatu produk baru, sedangkan *Penetration Pricing* merupakan strategi penetapan harga yang rendah untuk produk baru. Adapun metode yang kedua adalah strategi fleksibilitas harga yaitu dalam strategi ini Kayla Fashion menetapkan harga tunggal, dimana membebankan harga yang sama kepada setiap pelanggan yang membeli produk dengan kualitas dan kuantitas yang sama. Kayla Fashion menetapkan harga tunggal dengan harga rendah, yaitu serba 35.000 toko Kayla Fashion mengalami peningkatan dari waktu ke

---

<sup>9</sup> Tati Urrokhmah, “Strategi Penetapan Harga dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto”, (Skripsi Sarjana: Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam: Purwokerto, 2018).

waktu. Hal ini terbukti dengan hasil volume penjualan sekitar 3000 sampai 10000 unit terjual setiap bulannya.

Persamaan dari penelitian ini dengan peneliti yaitu membahas tentang penetapan harga jual produk. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel, objek, dan lokasi penelitian. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan harga dan volume penjualan, kemudian objeknya yaitu toko Kayla Fashion serta lokasi yang berada di Purwokerto. Adapun dari peneliti yaitu menggunakan variabel harga, objeknya batu-bata serta lokasi di Labili-bili kecamatan Suppa.

3. Muhammad Ismail Ali Serunting, “Strategi Penetapan Harga ATK CV Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam”.<sup>10</sup> Penelitian ini merupakan penelitian jenis kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan teknik wawancara (interview) dan observasi (pengamatan). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari perusahaan berupa hasil pengamatan setempat dan perolehan dokumen perusahaan serta wawancara langsung pada pimpinan maupun karyawan. Data sekunder diperoleh dari buku-buku yang masih ada relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Hasil dari penelitian tersebut yaitu penetapan harga ATK CV Putra Pelangi Berkah ditetapkan oleh mekanisme harga dengan memiliki standar harga yang berlaku di pasaran. Penetapan harga di ATK CV Putra Pelangi Berkah telah sesuai dengan teori ekonomi Islam.

---

<sup>10</sup> Muhammad Ismail Ali Serunting, “Strategi Penetapan Harga di ATK CV Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, (Skripsi Sarjana: Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam: Palembang, 2017).

Persamaan dari penelitian tersebut dengan yang akan penulis teliti berada pada metode penelitian, dimana penelitian ini menggunakan metode jenis kualitatif deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun perbedaan antara penelitian tersebut dengan yang akan penulis teliti yaitu terletak pada fokus penelitian. Penelitian di atas menjelaskan tentang strategi penetapan harga ATK CV Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Sedangkan penulis menjelaskan tentang tinjauan ekonomi Islam dalam penetapan harga penjualan batu-bata di Labili-bili.

## **B. Tinjauan Teori**

### **1. Teori Penetapan Harga**

#### **a. Harga**

Harga merupakan nilai yang diberikan pada apa yang dipertukarkan. Harga bisa juga berarti kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan manfaat. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari barang atau jasa tertentu, semakin tinggi nilai tukar dari barang atau jasa tersebut.<sup>11</sup> Misalnya harga suatu barang, sewa rumah, biaya kuliah, jasa dokter termasuk kedalam kategori harga. Semua itu merupakan nilai yang harus dibayarkan atas benda atau apa yang telah dilakukan.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang

---

<sup>11</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), h. 154.

atau jasa. Pengertian ini sejalan dengan konsep pertukaran dalam pemasaran.<sup>12</sup> Harga adalah sejumlah nilai dalam mata uang yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan.<sup>13</sup>

Harga suatu barang atau jasa tertentu adalah suatu tingkat penilaian yang pada tingkat itu barang atau jasa yang bersangkutan dapat ditukarkan dengan sesuatu yang lain, apapun bentuknya. Harga dibentuk oleh bersatunya dua jenis kekuatan, yaitu kegunaan (*utility*) dan kelangkaan (*scarcity*).<sup>14</sup>

Dapat dijelaskan dari pengertian di atas bahwa unsur-unsur bauran pemasaran yang dimaksud adalah harga, produk, tempat, dan promosi yang dikenal dengan istilah 4P (*price, product, place, dan promotion*). Harga suatu usaha/badan usaha menghasilkan pendapatan, Adapun unsur-unsur pemasaran lainnya yaitu produk, tempat, dan promosi menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh usaha/badan usaha.

Harga jual menurut Achmad merupakan perkiraan nilai tukar dari produk yang ditentukan dengan uang.<sup>15</sup> Harga jual adalah harga pada waktu menjual. Harga jual adalah harga pada waktu menjual. Harga jual adalah harga yang diperoleh dari penjumlahan biaya produksi total ditambah dengan *mark up* yang digunakan untuk menutupi biaya *overhead* pabrik perusahaan.

Menurut Gregory Lewis, sebagaimana dikutip Achmad, harga jual adalah sejumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual. Harga jual adalah nilai yang tercermin dalam daftar harga, harga eceran, dan

---

<sup>12</sup> Verina Secapramana, 'Model Dalam Strategi Penetapan Harga', *Unitas*, 9.1 (2017), 32.

<sup>13</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), h. 175.

<sup>14</sup> Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta: Raja Wali Pres, 2011), h. 290.

<sup>15</sup> Achmad Slamet Sumarli, 'Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi Dan Laba Yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng Pres', *Dinamika*, 11.2 (2002), 51.

harga adalah nilai akhir yang diterima oleh perusahaan sebagai pendapatan atau *net price*. Harga jual merupakan penjumlahan dari harga pokok barang yang dijual, biaya administrasi, biaya penjualan, serta keuntungan yang diinginkan.<sup>16</sup>

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga jual yang dimaksud adalah nilai akhir barang yang merupakan penjumlahan dari biaya-biaya produksi dan biaya lain untuk memproduksi suatu barang ditambah dengan sejumlah keuntungan yang diinginkan.

b. Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan sebuah bagian yang penting dan kompleks dalam manajemen pemasaran. Penetapan harga merupakan sebuah elemen strategis yang sangat penting dalam bauran pemasaran, karena menjelaskan persepsi mengenai kualitas yang menentukan *positioning* produk dan merupakan sebuah variabel taksis karena dapat diubah dengan cepat untuk merespon persaingan. Sasaran penetapan harga mencakup sasaran untuk memperoleh volume yang besar, sasaran untuk menghadapi persaingan, dan sasaran prestasi.<sup>17</sup>

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika ia memperkenalkan produk lamanya ke saluran distribusi baru atau ke daerah geografis baru, dan ketika ia melakukan tender memasukkan suatu tawaran kontrak kerja baru.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Achmad Slamet dan Sumarli, hal. 47.

<sup>17</sup> Ari Setianingrum dan Jusuf Udaya & Efendi, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2007), h. 152.

<sup>18</sup> Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2016) h. 171.

Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal. Akan tetapi keputusan mengenai harga tidak mudah untuk dilakukan. Disatu sisi, harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi disisi lain akan sulit dijangkau oleh konsumen.

Setiap produsen pasti mempunyai strategi masing masing dalam menentukan aspek-aspek yang dianggap penting bagi setiap proses produksinya terutama dalam penetapan harga, produsen pasti mempunyai tujuannya masing-masing. Berikut adalah tujuan dari penetapan harga, antara lain<sup>19</sup>:

1) Tujuan berorientasi pada harga

Asumsi teori ekonomi klasik mengatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan maksimilisasi laba. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan. Maksimilisasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian, tidak mungkin suatu perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba secara maksimum.

2) Tujuan berorientasi pada volume

Tujuan berorientasi pada laba selain itu, ada pula perusahaan yang menetapkan harga-harga berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang bisa dikenal dengan istilah volume *pricing objectives*. Harga ditetapkan

---

<sup>19</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), h. 153.

sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan (dalam ton, kg, unit, dan lain-lain), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (*absolut* maupun *relatif*). Tujuan ini banyak diterapkan oleh perusahaan penerbangan, Lembaga Pendidikan, perusahaan, perusahaan tour and travel, pengusaha bioskop dan pemilik bisnis pertunjukan lainnya, serta penyelenggaraan seminar-seminar.

3) Tujuan berorientasi pada citra

Citra (*image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra *prestisius*. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*), misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah di suatu wilayah tertentu. Pada hakikatnya, baik penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

4) Tujuan stabilitas harga

Pasar yang konsumennya sangat sensitive terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaing harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilitas harga dalam industri-industri tertentu yang produknya sangat terstandarisasi (misalnya minyak bumi). Tujuan stabilitasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri (*industri leader*).

5) Tujuan-tujuan lainnya

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah. Organisasi non-profit juga dapat menetapkan tujuan penetapan harga yang berbeda-beda, misalnya untuk mencapai *partial cost recovery*, *full cost recovery*, atau menetapkan sosial *price*.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga

Faktor yang mempengaruhi penetapan harga perusahaan dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor lingkungan eksternal perusahaan. Faktor-faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga ialah:<sup>20</sup>

1) Tujuan pemasaran

Perusahaan menetapkan kelangsungan hidup (*survival*) sebagai tujuan utama jika perusahaan menghadapi kesulitan-kesulitan seperti kelebihan kapasitas, persaingan ketat atau perubahan keinginan konsumen. Untuk menjaga agar perusahaan terus berjalan, perusahaan dapat menetapkan harga yang rendah, dengan harapan dapat meningkatkan permintaan.

2) Strategi bauran pemasaran

Harga hanyalah satu dari peralatan bauran pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Keputusan harga harus dikoordinasikan dengan keputusan desain produk, distribusi dan promosi untuk membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif.

3) Biaya

Biaya menjadi landasan bagi harga yang dapat perusahaan tetapkan atas produk-produknya. Perusahaan menetapkan harga yang dapat menutup semua biaya

---

<sup>20</sup> Kotler dan Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid Satu*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003), h. 434-446.

untuk produksi, mendistribusikan, menjual produk tersebut dan menghasilkan tingkat hasil investasi yang memadai atas semua upaya dan risiko yang ditanggungnya. Biaya yang ditanggung perusahaan dapat menjadi unsur penting dalam strategi penetapan harga. Biaya yang ditanggung oleh perusahaan mempunyai dua bentuk yaitu biaya tetap (juga sering dikenal sebagai overhead) adalah biaya-biaya yang tidak berubah-ubah mengikuti perubahan tingkat produksi atau penjualan. Biaya variabel, biaya yang secara langsung berubah-ubah mengikuti perubahan tingkat produksi.

4) Pertimbangan keorganisasian suatu perusahaan

Manajemen harus memutuskan siapa didalam organisasi tertentu yang harus menetapkan harga. Perusahaan-perusahaan menangani penentuan harga dalam berbagai cara. Di perusahaan-perusahaan kecil, harga sering ditetapkan oleh manajemen puncak bukan oleh departemen pemasaran atau penjualan. Di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga umumnya ditangani oleh manajer divisi atau manajer lini produk. Di pasar industri, tenaga penjualan mungkin diijinkan untuk tawar-menawar dengan para pelanggan dalam kisaran harga tertentu.

Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga antara lain:

1) Pasar dan permintaan

Biaya menjadi batas terendah harga, sedangkan pasar dan permintaan menjadi batas tertinggi harga. Baik konsumen maupun pembeli industri akan menyeimbangkan harga produk atau jasa dengan manfaat dari memiliki barang atau jasa dengan manfaat dari memiliki barang atau jasa tersebut. Dengan demikian, sebelum menetapkan harga, para pemasar harus memahami hubungan antara harga produk dan permintaan akan produk tersebut. Berikut ini penetapan harga dan jenis pasar yang berbeda-beda:

Persaingan murni (*pure competition*) Pasar terdiri dari banyak pembeli dan penjual yang memperdagangkan komoditas yang seragam. Tidak ada pembeli atau penjual tunggal yang mempunyai pengaruh besar pada harga pasar yang berlaku. Seorang penjual tidak dapat menetapkan harga yang relatif tinggi dari pada harga yang berlaku di pasar karena para pembeli dapat memperoleh sebanyak yang dibutuhkan pada harga yang berlaku.

Persaingan monopoli (*monopolistic competition*) Pasar terdiri dari banyak pembeli dan penjual yang berdagang pada kisaran harga tertentu, bukan pada satu harga pasar. Kisaran harga terjadi karena para penjual dapat melakukan diferensiasi atas tawarannya kepada para pembeli. Para pembeli melihat perbedaan-perbedaan di antara produk-produk yang ditawarkan penjual dan akan membayar harga yang berbeda atas produk yang berbeda tersebut.

Persaingan oligopoli (*oligopolistic competition*) Pasar terdiri dari sedikit penjual yang sangat sensitif pada penetapan harga dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pesaing. Di pasar ini hanya ada sedikit penjual karena sulit bagi penjual baru untuk masuk ke pasar.

Monopoli murni (*pure monopoly*) Pasar terdiri dari satu penjual. Penjual itu mungkin saja sebuah pemerintah. Perusahaan pemegang monopoli bisa menetapkan harga di bawah biaya karena produk itu penting bagi pembeli yang tidak mampu membeli pada biaya penuh dan dapat menetapkan harga yang sangat tinggi untuk menurunkan konsumsi.

2) Biaya, harga dan tawaran pesaing

Faktor eksternal lain yang mempengaruhi penetapan harga adalah biaya dan harga pesaing serta reaksi yang mungkin dilakukan oleh pesaing atas langkah-langkah penetapan harga yang dilakukan perusahaan tertentu.

3) Faktor-faktor eksternal lain

Kondisi perekonomian dapat berdampak kuat pada strategi-strategi penetapan harga oleh perusahaan. Faktor-faktor ekonomi seperti ledakan (boom) atau resesi, inflasi dan tingkat suku bunga yang mempengaruhi penetapan harga karena faktor-faktor tersebut mempengaruhi baik biaya untuk memproduksi maupun persepsi konsumen mengenai harga dan nilai produk.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga

Dalam kenyataan, tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Dharmesta dan Irawan dikemukakan sebagai berikut: <sup>21</sup>

1) Keadaan perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku, pada periode resesi. Misalnya, merupakan suatu periode dimana harga berada pada suatu tingkat yang lebih rendah dan ketika ada keputusan pemerintah tentang nilai tukar rupiah dengan mata uang asing, maka akan timbul reaksi-reaksi dari kalangan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis, reaksi spontan dari keputusan itu adanya kenaikan harga-harga.

2) Penawaran dan permintaan

Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang di minta lebih besar, sedangkan harga yang tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

---

<sup>21</sup> Dharmesta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Kedua*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), h. 242-246.

3) Elastisitas permintaan

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat penentuan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume ini berbanding terbalik.

4) Persaingan

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

5) Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian.

e. Strategi Penetapan Harga Jual

Dalam strategi penetapan harga, terdapat berbagai macam metode. Metode mana yang digunakan tergantung kepada tujuan penetapan harga yang ingin dicapai. Menurut Fandy Tjiptono, metode penetapan harga dikelompokkan menjadi empat macam berdasarkan basisnya, yaitu berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba, dan berbasis persaingan.

1) Penetapan harga berbasis permintaan

Metode penetapan harga berbasis permintaan ini merupakan sebuah metode penetapan harga yang berfokus pada faktor produk yang mempengaruhi selera konsumen berdasarkan perilaku konsumen secara umum, selera, dan manfaat produk. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, antara lain

kemampuan daya beli pelanggan, gaya hidup pelanggan, manfaat yang diberikan produk, harga produk substitusi, pasar potensial bagi produk tersebut, sifat persaingan non harga, dan segmen-segmen dalam pasar.<sup>22</sup>

2) Penetapan harga berbasis biaya

Metode penetapan harga berbasis biaya merupakan metode penetapan harga yang sebagian besar dipengaruhi oleh aspek penawaran seperti biaya produksi dan pemasaran produk dibanding aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya biaya langsung, biaya *overhead*, dan laba.<sup>23</sup>

*Cost Plus Pricing*

*Cost Plus Pricing* adalah penetapan harga produk dengan cara menambahkan margin diatas biaya penuh produksi sampai dengan biaya pemasaran. Margin adalah presentase keuntungan dari produk yang dijual. Pada dasarnya *cost plus mark up pricing* dengan *standar mark up pricing* sama-sama menambahkan presentase keuntungan yang diinginkan dalam menentukan harga, namun yang membedakan *cost plus mark up* menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk ditambah dengan margin sedangkan *standard mark up pricing* yang biasanya diterapkan oleh *retailer* hanya menambahkan presentase dari harga beli produk dari *wholaeseler* ke *retailer* saja. Dalam hal ini penentuan harga dengan strategi *cost plus* dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Pokok} + \text{Margin Keuntungan}$$

3) Penetapan harga berbasis persaingan

<sup>22</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edis 4, ( Jakarta: Penerbit ANDI, 2017), h, 157-159.

<sup>23</sup> Fandi Tjiptono, h. 157-159.

Metode penetapan harga berbasis persaingan merupakan metode penetapan harga dengan turut kepada apa yang pesaing lakukan. Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga pesaing, apakah di bawah, sama atau di atas harga pesaing.<sup>24</sup>

a) Penetapan harga sama dengan harga saingan

Penetapan harga seperti ini memang akan lebih menguntungkan jika dipakai pada saat harga dalam persaingan itu tinggi. Cara ini pada umumnya digunakan oleh penjual untuk barang-barang standar. Strategi ini banyak digunakan dalam kondisi:

1. Biaya sulit diukur dan diyakini bahwa harga yang berlaku ditetapkan berdasarkan pendapat sebagian besar perusahaan di dalam industri.
2. Penyesuaian dengan harga yang berlaku umum dipandang sebagai cara yang tidak akan merusak keseimbangan dalam industri.
3. Sulit mengetahui reaksi pembeli dan pesaing terhadap perbedaan antara harga jual perusahaan dan harga rata-rata dalam industri (harga pasar).

b) Penetapan harga di atas harga saingan

Cara penetapan harga ini terjadi lumayan populer. Apabila biaya sulit diukur atau tanggapan pesaing tidak pasti, maka perusahaan-perusahaan merasa strategi penetapan harga ini merupakan jalan keluar yang baik, karena hal itu dianggap mencerminkan kebijaksanaan bersama industri tersebut.

4) Penetapan harga berbasis laba

Metode penetapan harga berbasis laba merupakan penetapan harga berdasarkan pada keseimbangan pendapatan dengan biaya dalam penetapan harganya.

---

<sup>24</sup> Fandi Tjiptono, h. 160-164.

Upaya ini dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk presentase terhadap penjualan atau investasi.<sup>25</sup>

f. Langkah-langkah Penetapan Harga

Pelaku usaha harus mempertimbangkan banyak faktor dalam mekanisme menetapkan harga-harganya, supaya harga yang ditentukan pelaku usaha tersebut dapat diterima oleh konsumen dan pada akhirnya konsumen tetap melakukan pembelian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Beberapa langkah dalam mekanisme penetapan harga sebagai berikut:

1) Memilih tujuan penetapan harga

Pelaku usaha harus memutuskan dimana ingin memposisikan tawaran pasarnya. Maka jelas tujuan pelaku usaha, makin mudah menentukan harga. Tujuan penetapan harga bukan hanya berdasarkan tingkat keuntungan dan perolehannya saja melainkan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan non ekonomis lainnya. Berikut ini adalah tujuan penetapan harga seorang pelaku usaha antara lain:

- a) Usaha bertahan hidup
  - b) Usaha memaksimalkan laba
  - c) Memperbesar *market share*
  - d) Mutu produk
  - e) Karena pesaing<sup>26</sup>
- 2) Menentukan permintaan

Harga yang ditetapkan dalam suatu usaha akan menghasilkan tingkat permintaan yang berbeda, hal ini terjadi karena harga yang ditetapkan mempunyai pengaruh yang berbeda dengan tujuan suatu usaha. Permintaan harga berbanding

---

<sup>25</sup> Fandi Tjiptono, h. 160-164.

<sup>26</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h. 191-192.

terbalik, makin tinggi harganya makin rendah permintaannya. Namun, jika harga tersebut terlalu tinggi, tingkat permintaannya mungkin akan menurun.

3) Memperkirakan biaya

Permintaan menentukan batas harga tertinggi yang dapat dikenakan pelaku usaha untuk produknya, sedangkan biaya dapat menentukan batas terendahnya. Pelaku usaha tersebut ingin menetapkan harga yang menutupi biaya produksi, distribusi dan penjualan produk, termasuk laba yang lumayan, upaya, dan risikonya.<sup>27</sup>

4) Menganalisis biaya, harga, dan tawaran pesaing

Kemungkinan-kemungkinan harga yang ditentukan permintaan pasar dan biaya usaha mengakibatkan pelaku usaha harus mempertimbangkan biaya, harga, dan reaksi pesaing. Pertimbangan harga yang pertama adalah melihat harga dari pelaku usaha lain yang terdekat, selanjutnya pelaku usaha dapat memutuskan apakah mengenakan harga yang lebih tinggi, sama atau lebih rendah dari harga pesaing. Namun, pelaku usaha dapat merubah harganya.<sup>28</sup>

5) Memilih metode penetapan harga

Pertimbangan yang dibutuhkan oleh pelaku usaha dalam menetapkan harga yaitu, permintaan, biaya, dan harga pesaing. Para pelaku usaha akan memilih metode penetapan harga yang menyertakan satu atau lebih dari ketiga pertimbangan diatas. Berikut ini metode-metode, yang biasa digunakan dalam menetapkan harga antara lain, penetapan harga *mark-up*, penetapan harga sasaran pengembalian, penetapan harga persepsi nilai, penetapan harga umum dan penetapan harga lelang.

---

<sup>27</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas*, Diterjemahkan Oleh Bambang Sariji, dari judul asli *Marketing Management*, (Jakarta: PT Indeks, 2007), Jilid 2, h. 87-89.

<sup>28</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, h. 93

6) Memilih harga akhir

Metode-metode penetapan harga dapat mempersempit ruang gerak suatu pelaku usaha dalam memilih harga akhirnya. Namun untuk menetapkan harga akhir maka pelaku usaha harus mempertimbangkan faktor tambahan sebagai berikut, dampak dari kegiatan pemasaran lain, kebijakan penetapan harga usaha, dan dampak harga terhadap pihak lain.<sup>29</sup>

Pemaparan di atas menjelaskan bahwasanya mekanisme penetapan harga jual suatu produk memerlukan banyak pertimbangan guna mendapatkan harga yang tepat. Pelaku usaha tidak menetapkan harga terlalu tinggi sehingga produknya tidak laku dipasar atau menentukan harga yang terlalu rendah sehingga pelaku usaha mengalami kerugian. Namun pertimbangan tersebut digunakan pelaku usaha untuk memperkirakan laba yang diperolehnya sehingga pelaku usaha tidak mengalami kerugian. Harga dari suatu barang dalam sebuah transaksi harus dibentuk seadil mungkin untuk pelaku usaha dan konsumen, seperti yang telah diatur dalam Islam.

## 2. Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Ekonomi berbasis Syariah adalah sebuah sistem ekonomi yang memiliki tujuan utama untuk kesejahteraan umat. Menurut Muhammad Amin Suma, ekonomi syariah adalah sebagai ilmu yang membahas perihal ekonomi dari berbagai sudut pandang keislaman, terutama dari aspek hukum atau syariah.<sup>30</sup> Aturan yang berlaku dalam ekonomi syariah merupakan refleksi dari ajaran dan nilai-nilai Islam, baik dalam berekonomi maupun beribadah. Kesejahteraan masyarakat dalam ekonomi Islam tidak hanya diukur dari aspek materilnya, namun mempertimbangkan dampak

<sup>29</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, h. 98-99.

<sup>30</sup> Muhammad Amn Suma, *Ekonomi & Keuangan ISLAM : Menggali Akar, Mengurangi Serat*, (Tangerang: Kholam Publishing, 2008), hal. 49.

sosial, mental dan spiritual individu serta dampak yang ditimbulkan bagi lingkungan. Syariat Islam telah mengajarkan tatacara manusia dalam menjalankan hidupnya dari segala aspek. Tidak hanya dalam aspek religius, tetapi juga mengatur perilaku manusia sebagai makhluk sosial, menjaga hubungan antar sesama manusia, hubungan manusia dengan alam, dan menghindarkan dari perilaku-perilaku menyimpang agar dapat tercipta kedamaian dan ketentraman. Ekonomi syariah tidak serta merta ditujukan kepada orang-orang muslim saja, Islam membolehkan umatnya untuk bertransaksi atau melakukan kegiatan ekonomi dengan umat non muslim.

a. Harga dalam pandangan Islam

Dalam fiqih Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *al-si'ir* dan *al-thaman*. *Al-Thaman* adalah harga satuan barang atau nilai sesuatu. Sementara *al-sir* adalah harga yang ditentukan untuk barang dagang. Kata *al-si'ru* jamaknya *as'ar* artinya harga (sesuatu). Kata *al-si'ru* ini digunakan dipasar untuk menyebut harga (di pasar).<sup>31</sup>

Ibnu Taimiyah mengemukakan *tas'ir* dengan keadaan yang mewajibkan para pedagang untuk menjual dan membeli dengan harga pasaran. Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa keadaan yang mewajibkan pedagang untuk menjual barang dagangannya dengan harga *mistli* (harga pasar). Hakikat *tas'ir* adalah keharusan para pedagang agar tidak menjual atau tidak membeli kecuali dengan harga *mistli* (harga pasar).

Konsep harga yang adil pada hakikatnya telah ada dan digunakan sejak awal kehadiran Islam. Al-Quran sendiri sangat menekankan keadilan dalam setiap aspek

---

<sup>31</sup> Rozalinda, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 379.

kehidupan umat manusia. Oleh karena itu, adalah hal yang sangat wajar jika keadilan diwujudkan dalam aktivitas pasar, khususnya harga.<sup>32</sup>

Harga yang adil di dalam agama Islam adalah harga yang tidak memberatkan ataupun merugikan kedua belah pihak, dan tidak pula menimbulkan kezaliman atas harga yang ditetapkan. Harga yang adil didalam Al-Quran sangat menekankan pada konsep keadilan dengan menjauhi kezaliman dan menekankan adanya kejujuran.

Dalam hal ini Ibnu taimiyah mendefinisikan harga yang adil atau harga yang setara adalah harga yang standar yang berlaku ketika masyarakat yang menjual barang-barang dagangannya dan secara umum dapat diterima sebagai suatu yang setara bagi barang-barang tersebut atau barang yang serupa pada waktu dan tempat yang khusus.

Ulama Fiqih mengemukakan beberapa syarat yang berkaitan dengan harga suatu barang antara lain:<sup>33</sup>

- 1) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
- 2) Dapat diserahkan pada saat akad berlangsung, sekalipun secara hukum seperti pembayaran dengan cek atau kartu kredit. Apabila barang dibayar kemudian (berhutang), maka pembayarannya pun harus jelas.
- 3) Apabila jual beli dilakukan secara barter, maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamkan oleh *syara*’.

---

<sup>32</sup> Karim, Adiwarmazwar, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), h. 353.

<sup>33</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (Depok: RajaGrafindo Persada, 2003), h. 124-125.

b. Penetapan harga menurut perspektif ekonomi Islam

Penetapan harga dalam ekonomi Islam merupakan penentuan harga dengan mendasarkan pada tata aturan moral dan etika syariah untuk mencapai tujuan dari syariah Islam itu sendiri, yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>34</sup>

Islam sangat kosen pada masalah keseimbangan harga, terutama pada bagaimana peran negara dalam mewujudkan kestabilan harga dan bagaimana mengatasi masalah ketidakstabilan harga. Para ulama berbeda pendapat mengenai boleh tidaknya negara menetapkan harga. Sebagian ulama menolak peran negara untuk menetapkan harga, Sebagian ulama lain membenarkan negara untuk menetapkan harga.<sup>35</sup>

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran sebab sudah diyakini sebagai suatu yang baik dan benar. Akhlak yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, dan keadilan. Akan tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu Al-quran dan hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap kehidupan, termasuk dalam bisnis.<sup>36</sup>

Mekanisme penentuan harga dalam Islam sesuai dengan *Maqashid al-syariah*, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan diantara manusia.

---

<sup>34</sup> Euis Amalia, 'Mekanisme Pasar Dalam Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 5.1 (2015)

<sup>35</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, h. 169.

<sup>36</sup> Saharani, Mayza Salsabila, Umaima, "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pembulatan Harga Pada Usaha Jasa Laundry Alami Kota Parepare", *B a l a n c a: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3.2 (2021).

Seandainya Rasulullah saat itu langsung menetapkan harga, maka akan kontradiktif dengan mekanisme pasar. Akan tetapi pada situasi tertentu, dengan dalih *Maqashid al-syariah*, penentuan harga menjadi suatu keharusan dengan alasan menegakkan kemaslahatan manusia dengan memerangi distorsi pasar (memerangi mafsadah atau kerusakan yang terjadi di lapangan).

Dalam konsep Islam, yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual.

Akan tetapi apabila para pedagang sudah menaikkan harga di atas kewajaran, mereka itu telah berbuat zalim dan sangat membahayakan umat manusia, maka seorang penguasa (Pemerintah) harus campur tangan dalam menangani persoalan tersebut dengan cara menetapkan harga standar. Dengan maksud untuk melindungi hak-hak milik orang lain, mencegah terjadinya penimbunan barang dan menghindari dari kecurangan para pedagang. Inilah yang pernah dilakukan oleh Khalifah Umar bin Khattab.<sup>37</sup>

Penetapan harga dalam Islam memberi kebebasan kepada pemeluknya untuk menentukan harga jual selama tidak merugikan pembeli. Kerena itu, penetapan harga jual dalam Islam biasanya diserahkan kepada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Prinsip dasar dalam Islam mengenai transaksi jual beli adalah kesepakatan

---

<sup>37</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Surakarta: Penerbit Erlangga, 2012), h. 169-170.

antara penjual dan pembeli atas dasar suka sama suka, seperti yang ditetapkan dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa/4:29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>38</sup>

Berdasarkan ayat di atas dapat dijelaskan bahwa penetapan harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa dimana kesepakatan mengenai tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

Nabi tidak menetapkan harga jual, dengan alasan bahwa dengan menetapkan harga akan mengakibatkan kezaliman, sedangkan zalim adalah haram. Karena jika harga yang ditetapkan terlalu mahal, maka akan menzalimi pembeli, dan jika harga yang ditetapkan terlalu rendah, maka akan menzalimi penjual. Prinsip dasar dalam ekonomi Islam adalah kebebasan berusaha yang dibarengi dengan kesadaran untuk menjaga batas-batas aturan yang ditetapkan syariat. Aturan terpenting yang harus diperhatikan adalah keadilan, qana'ah, kepatuhan pada kaidah-kaidah memperoleh laba yang baik dan halal.

Berdasarkan prinsip di atas, maka pada dasarnya tidak boleh ada pematokan harga. Seorang penguasa juga tidak dibolehkan mematok harga barang yang diperdagangkan di kalangan masyarakat. Seluruh ulama sepakat menyatakan hal ini.

<sup>38</sup> Kementerian Agama RI, Al-Quran dan Terjemahan, h. 83.

Mazhab Syafi’I dan Hambali konsisten berpegang teguh pada kaidah dasar diatas. Oleh karena itu, dalam mazhab Hambali disebutkan, seorang pengusaha tidak boleh mematok harga barang yang diperdagangkan. Sebaliknya, setiap orang bebas menjual barang yang mereka miliki (dengan harga yang disepakati diantara mereka). Demikian pula dalam mazhab Syafi’I dikatakan, diharamkan mematok harga, sekalipun pada masa barang mahal.<sup>39</sup>

Kegiatan jual beli dalam Islam merupakan kegiatan yang melibatkan hubungan antara manusia (penjual) dengan manusia yang lain (pembeli) dan bercirikan ketuhanan. Sementara dalam pandangan Al-Maududi perbedaan antara bisnis atau sistem ekonomi Islam dengan paham kapitalis dan sosialis adalah terletak pada norma yang melingkupinya yaitu kejujuran, keadilan, persaudaraan, dan *altruisme*. Oleh sebab itu, sebagai seorang muslim yang akan melakukan bisnis atau perdagangan khususnya dalam menentukan strategi penetapan harga berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam. Strategi penetapan harga berdasarkan prinsip-prinsip Islam antara lain:

1) Harga berbasis keridhaan

Ridha secara bahasa menerima dengan suka hati, secara istilah diartikan sikap menerima atas pemberian dan anugerah yang diberikan oleh Allah dengan di iringi sikap menerima ketentuan syariat Islam secara ikhlas dan penuh ketaatan, serta menjauhi dari perbuatan buruk, baik lahir maupun batin. Ar-Ridha yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Wahbab Al-Zhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu 4*, (Jakarta: Darul Fikr, 2011), hal. 251.

<sup>40</sup> Hasna Nur Afifah, “Analisis Prinsip-Prinsip Penetapan Harga Menurut Pandangan Hukum Islam dan Ibnu Khaldun”, (Skripsi, Universitas Islam Bandung, 2016), h. 50.

Menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, ataupun sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridhoi oleh kedua belah pihak yang akad.<sup>41</sup>

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhoi oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.<sup>42</sup>

Sebelum terjadi transaksi, idealnya penjual dan pembeli berada pada posisi yang sama, baik menyangkut pengetahuan tentang barang tersebut maupun tentang harga yang berlaku dipasar. Sehingga ketika terjadi *deal* penjual maupun pembeli sama rela dan tidak ada yang teraniaya.<sup>43</sup> Prinsip *ar-ridha* merupakan segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (freedom contract). Dalam perspektif Al-Qur'an transaksi jual beli harus dilakukan atas dasar suka sama suka antara penjual dan pembeli, begitu juga dalam penentuan harga suatu barang. Hal itu berdasarkan karena harga merupakan suatu kesepakatan transaksi jual beli barang atau jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak.

Dalam konsep Islam, penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, yakni bergantung pada kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam pertemuan antara permintaan dan penawaran itu harus berlangsung secara sukarela (*an laradhim*). Ini bermakna tidak ada yang menganiaya dan dizalimi. Sebelum

---

<sup>41</sup> Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000), h. 87.

<sup>42</sup> Muhammad Birusman, 'Harga Dalam Perspektif Islam', *Mazahib*, 4.1 (2017), 86–99.

<sup>43</sup> Muhammad Aziz Hakim, *Briefcase Book Edukasi Profesional Syariah Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005), h. 24.

terjadi transaksi, idealnya penjual dan pembeli berada pada posisi yang sama, baik menyangkut pengetahuan tentang barang tersebut maupun tentang harga yang berlaku dipasar. Sehingga ketika terjadi deal penjual maupun pembeli rela sama rela dan tidak ada yang teraniaya.<sup>44</sup>

## 2) Harga berbasis keadilan

Menurut Ibnu Taimiyah, harga yang adil pada hakikatnya telah ada digunakan sejak awal kehadiran Islam, Al Qur'an sendiri sangat menekankan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Harga yang adil menurut Ibn Taimiyyah adalah "Nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya dan diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu."<sup>45</sup> Dalam membahas harga yang adil. Ibnu Taimiyah mengungkapkan dua istilah, yaitu kompensasi yang setara atau adil (*'iwad al-mitsl*) dan harga yang setara atau adil (*tsaman al-mitsl*).<sup>46</sup> Kompensasi yang setara atau adil (*iwadh al-mitsl*) adalah penggantian yang sepadan yang merupakan nilai harga yang sepadan dari sebuah benda menurut adat kebiasaan. Kompensasi yang setara diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara tanpa ada tambahan dan pengurangan, inilah esensi dari keadilan. Sedangkan harga yang setara atau adil (*tsaman al-mitsl*) adalah standar yang berlaku dalam pasar, dan secara umum dapat diterima sebagai sesuatu yang setara bagi barang-barang atau barang-barang yang serupa pada waktu dan tempat yang khusus. Singkatnya, harga yang adil adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas, yakni pertemuan antara kekuatan permintaan dengan penawaran.

---

<sup>44</sup> Muhammad Aziz Hakim, h. 24.

<sup>45</sup> Muhammad Aziz Hakim, h. 345.

<sup>46</sup> Ahmad Insyah Ansori, 'Aktivitas Bisnis Perspektif Ibn Taimiyah', *At-Taahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 1.1 (2013), 1-15

Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taymiyyah berhubungan dengan prinsip *lâ dharar*, yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain, maka dengan berbuat adil akan mencegah terjadinya tindakan kezaliman. Definisi harga yang adil juga bisa diambil dari konsep Aquinas yang mendefinisikannya dengan harga kompetitif normal,<sup>47</sup> yaitu harga yang berada dalam persaingan sempurna yang disebabkan oleh *supply* dan *demand*, tidak ada unsur spekulasi atau perkiraan.

Adanya penetapan harga yang adil telah menjadi cara yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi perdagangan harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dan komitmen Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi, kezaliman, tidak merugikan salah satu pihak dan menghitung pihak yang lain, dan harga mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjual secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.

Jadi, dalam menetapkan harga pun haruslah bersikap adil sehingga tidak ada pihak yang di dzhalimi. Karena Islam juga mengharamkan kezaliman. Bahkan, Allah mencegah dari pada cenderung atau menyokong perbuatan zalim walaupun ia dilakukan oleh orang lain. Sebagaimana firman Allah Swt yang tercantum pada QS. Hud/11:113 yang berbunyi:

وَلَا تَرْكَبُوا إِلَى الَّذِينَ ظَلَمُوا فَتَمَسَّكُمُ النَّارُ وَمَا لَكُم مِّنْ دُونِ اللَّهِ مِنْ أَوْلِيَاءَ ثُمَّ لَا تُنصَرُونَ

Terjemahnya:

Janganlah kamu cenderung kepada orang-orang yang zalim sehingga menyebabkan api neraka menyentuhmu, sedangkan kamu tidak mempunyai

---

<sup>47</sup> Kaulla, R., *Theory of the Just Price*, terjemahan bahasa Inggris oleh Robert D. Hogg (London: George Allen, 1940), h. 22.

seorang penolongpun selain Allah, kemudian kamu tidak akan diberi pertolongan.<sup>48</sup>

### 3) Harga berbasis kejujuran

Kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat luas.<sup>49</sup> Kejujuran merupakan bagian penting segala kegiatan usaha, dengan nilai kejujuran yang terjaga baik maka pelaku usaha akan mendirikan rasa kepercayaan terhadap orang lain dan menjadi modal penting bagi kelangsungan usaha.

Rasulullah Saw merupakan tokoh panutan utama dalam ekonomi Islam karena beliau adalah seorang pedagang yang sukses. Rasulullah memberikan contoh bahwa prinsip penting dalam berdagang atau bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis yang di dalamnya juga termasuk kejujuran dalam penetapan harga. Rasulullah melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas. Kejujuran yang diterapkan oleh Rasulullah ini adalah sebagai perwujudan dari prinsip customer oriented pada konteks sekarang, yaitu prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan pelanggan.<sup>50</sup> Dampak dari prinsip yang diterapkan oleh Rasulullah SAW ini, para pelanggan Rasulullah SAW tidak pernah merasa dirugikan serta tidak ada keluhan

<sup>48</sup> Kementerian Agama RI, Al-Quran dan Terjemahan, h. 234.

<sup>49</sup> Ahmad Dakhoir dan Istla Yunisya, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar: Refleksi Ibnu Taimiyah*, (Yogyakarta: Laksbang Pressindo, 2017), h. 6.

<sup>50</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin ekonomi Islam Jilid I*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995), h. 183.

tentang janji-janji yang diucapkan, karena barang-barang yang disepakati dalam kontrak tidak ada yang dimanipulasi atau dikurangi.<sup>51</sup>

Berkaitan dengan penetapan harga jual dalam perspektif nilai kejujuran dalam Islam mengisyaratkan bahwa, harga jual yang telah ditetapkan oleh penjual tidak boleh direvisi penjual dengan menaikkan harganya. Dalam bisnis konvensional, revisi harga ini bisa terjadi, jika dalam keadaan normal terjadi kelebihan permintaan atas penawaran, penjual sengaja menahan barang agar penawaran berkurang, dan terjadi permintaan yang tiba-tiba meningkat, misalnya terjadi bencana, hari raya keagamaan, dan atau tahun ajaran baru. Sementara dalam pandangan nilai kejujuran Islami, jika terjadi kondisi demikian, meskipun pembeli bersedia (ridha) menerima perubahan harga tetapi penjual tidak diperkenankan untuk menaikkan harga karena penjualan semacam ini telah melanggar niat yang telah diikrarkannya.<sup>52</sup>

Dalam konteks kejujuran dalam Islam, harga yang telah ditetapkan sebelumnya tidak bisa dinaikkan dengan alasan kenaikan permintaan. Begitu harga sudah ditetapkan, walaupun apa yang terjadi termasuk harga jual tetap dan tidak boleh dinaikkan. Dengan demikian, hukum permintaan dan penawaran yang mempengaruhi harga tidak sepenuhnya berlaku.

Demikian juga halnya dengan seorang pedagang muslim yang memiliki persediaan produk, tidak diperkenankan untuk menaikkan harga jual produknya dengan alasan terjadi kenaikan permintaan atau kenaikan harga pesaing atau akibat kebijakan pemerintah. Kenaikan harga jual diperkenankan apabila produk yang

---

<sup>51</sup> Norvadewi., 2015, *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)*, *Jurnal Al-Tijary* IAIN Samarinda, 1(Desember , 2015), h. 12.

<sup>52</sup> Alimuddin, “Meretas Nilai-nilai Islam untuk Menetapkan Harga Jual” (Dipresentasi pada Seminar Hasil Penelitian Disertasi Doktor yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan Nasional, Jakarta,2010), h. 9.

diproduksi mengalami kenaikan biaya masukan. Tidak boleh mendapatkan kenaikan keuntungan dari *stock* barang atau penimbunan barang. Harga jual untuk barang tersebut harus sesuai dengan harga pada waktu ditetapkan sebelumnya.<sup>53</sup>

### C. Kerangka Konseptual

Judul penelitian ini adalah “Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan Harga Penjualan Batu-bata di Desa Labili-bili Kec. Suppa”. Judul mengandung unsur-unsur pokok yang perlu dibatasi maknanya agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terarah dan spesifik. Disamping itu, tinjauan konseptual adalah pendefinisian suatu judul yang memudahkan pembaca memahami isi pembahasan dan dapat menghindari kesalahpahaman. Oleh karena itu, dibawah ini akan di uraian tentang pembahasan dan makna dari judul tersebut.

#### 1. Penetapan Harga

Harga adalah sejumlah nilai dalam mata uang yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Harga suatu barang atau jasa tertentu adalah suatu tingkat penilaian yang pada tingkat itu barang atau jasa yang bersangkutan dapat ditukarkan dengan sesuatu yang lain, apapun bentuknya. Harga dibentuk oleh bersatunya dua jenis kekuatan, yaitu kegunaan (*utility*) dan kelangkaan (*scarcity*).

Penetapan harga adalah proses dimana seseorang menetapkan harga di mana ia akan menjual produk dan layanannya, dan mungkin menjadi bagian dari rencana pemasaran bisnis. Harga jual adalah nilai akhir barang yang merupakan penjumlahan dari biaya-biaya produksi dan biaya lain untuk memproduksi suatu barang ditambah dengan sejumlah keuntungan yang diinginkan.

---

<sup>53</sup> Alimuddin, h. 10.

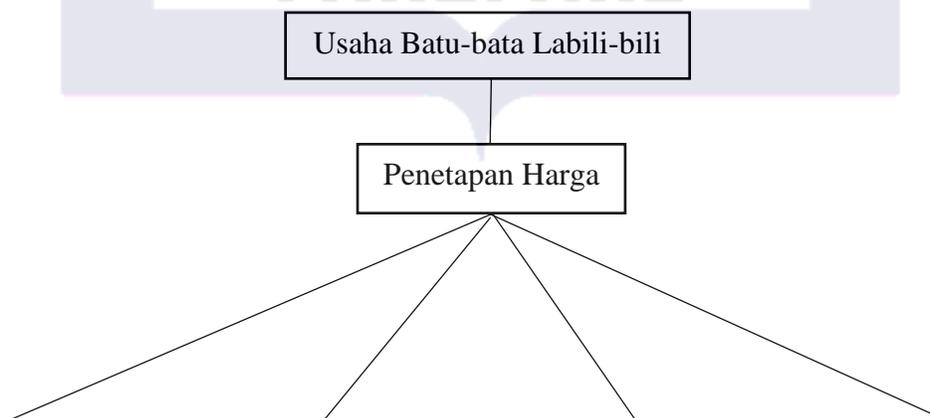
## 2. Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

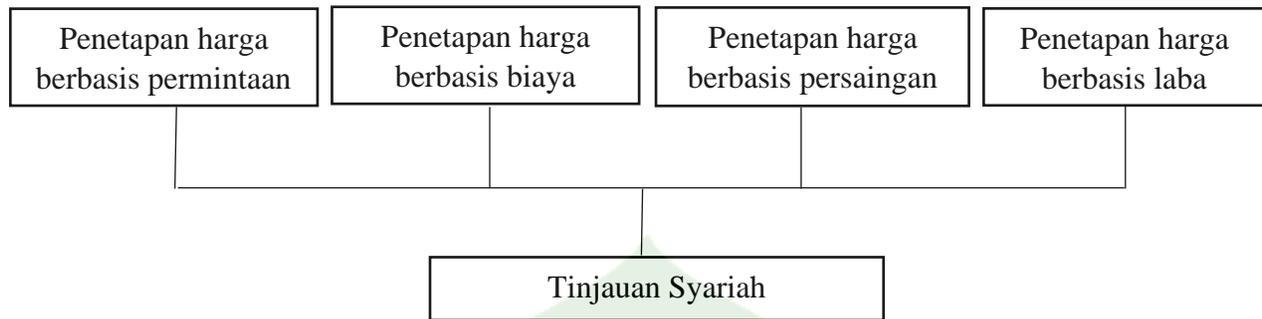
Harga yang adil didalam agama Islam adalah harga yang tidak memberatkan ataupun merugikan kedua belah pihak, dan tidak pula menimbulkan kezaliman atas harga yang ditetapkan. Harga yang adil didalam Al-Quran sangat menekankan pada konsep keadilan dengan menjauhi kedzaliman dan menekankan adanya kejujuran.

Penetapan harga dalam Islam memberi kebebasan kepada pemeluknya untuk menentukan harga jual selama tidak merugikan pembeli. Karena itu, penetapan harga jual dalam Islam biasanya diserahkan kepada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Prinsip dasar dalam Islam mengenai transaksi jual beli adalah kesepakatan antara penjual dan pembeli atas dasar suka sama suka,

### D. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir merupakan gambaran utuh dari fokus kajian yang menggambarkan pola hubungan antar konsep dan/atau variabel secara runtut. Skema atau bagan biasanya digunakan untuk mewakili kerangka kerja mental. Untuk memperjelas gambaran dari penelitian ini, berikut ini penulis menyajikan kerangka pemikiran yang dapat mewakili dari isi penelitian ini secara umum dapat dilihat pada gambar berikut ini:





Gambar 2.1 Bagan Kerangka



### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field Research*) yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode menurut Denzim dan Licoln bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.<sup>54</sup>

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena secara langsung dapat menyajikan hubungan peneliti dan respon lebih peka. Metode kualitatif ini sebagai prosedur penelitian sehingga yang ada dan fokus pada permasalahan yang diambil maka sifat penelitian ini menggunakan sifat penelitian deskriptif. Yang menggambarkan tentang penelitian deskriptif ini adalah penelitian yang bertujuan untuk mencatat, mendeskripsikan, menganalisis, serta menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi atau yang ada. Dalam penyajian hasil laporan berupa kata-kata yang berasal dari naskah wawancara, buku harian, catatan lapangan, foto dan dokumentasi yang resmi lainnya. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana penetapan harga penjualan batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang.

##### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Kelurahan Tellumpanua, Kecamatan Suppa, Kabupaten Pinrang adalah salah satu wilayah yang berada di sebelah ujung utara Kabupaten Pinrang, tepatnya di Kilometer 21 dari Kota Pinrang, berbatasan langsung dengan Kota Parepare (sebelah utara) dan Kabupaten Sidrap (sebelah timur). Kelurahan Tellumpanua dengna jumlah

---

<sup>54</sup> A J S Albi, *Metodologi Penelitan Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak Publisher, 2018). h. 37.

penduduk kurang lebih 4.000 yang terbagi dalam 2 lingkungan, Lappa-lappae dan Lingkungan Labili-bili. Kelurahan ini adalah wilayah pertama yang akan dilalui oleh orang yang melakukan perjalanan ke Pinrang yang datang dari arah Kota Parepare.

Adapun penelitian ini dilakukan di Labili-bili, Kecamatan Suppa, Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan. Lokasi ini dipilih karena di Labili-bili mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai pembuat batu-bata. Dengan demikian, maka diharapkan dapat memberikan data yang akurat tentang penetapan harga penjualan batu-bata. Penelitian akan dilakukan selama kurang lebih 2 bulan, penelitian dilakukan setelah peneliti melakukan seminar proposal.

### **C. Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada hal-hal yang ingin dicari jawabannya melalui penelitian. Fokus penelitian ini akan berguna dalam memberikan arah kepada peneliti selama proses penelitian, utamanya pada saat pengumpulan data, yaitu untuk membedakan antara data mana yang relevan dengan tujuan penelitian ini. Berdasarkan judul penulis maka difokuskan untuk melakukan penelitian tentang Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan Harga Penjualan Batu-Bata di Labili-bili Kab. Pinrang.

### **D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Jenis Data**

Jenis data dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer dan sekunder yang faktual dan dapat dipertanggungjawabkan dalam memecahkan permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpulan data.<sup>55</sup> Sedangkan data sekunder

---

<sup>55</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 62.

adalah informasi yang diperoleh dari sumber lain yang mungkin tidak berhubungan langsung dengan peristiwa tersebut.<sup>56</sup>

Penelitian kualitatif posisi narasumber sangat penting, bukan sekedar memberi respon, melainkan juga sebagai pemilik informasi, sebagai sumber informasi (key informan). Harun Rasyid mengatakan bahwa data diartikan sebagai fakta atau informasi yang diperoleh dari yang didengar, diamati, dirasa dan dipikirkan oleh penulis dari aktivitas dan tempat yang diteliti.<sup>57</sup>

a. Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer karena data yang dikumpulkan berupa wawancara langsung kepada masyarakat pengrajin yang menjual batu bata di Labili-bili Kecamatan Suppa Kabupaten Pinrang. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara pihak yang menjual batu-bata. Masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini ada 10 orang dan telah menjadi pembuat batu-bata diatas 10 tahun.

b. Data sekunder

Data yang diperoleh atau dikumpulkan dari pihak lain, semisal data hasil penelitian pihak lain digunakan untuk data penelitian, data yang diperoleh dari studi kepustakaan. Yang digunakan dalam penelitian ini, terdiri dari buku-buku literatur, laporan jurnal, dan situs internet.

Mata pencaharian Sebagian besar penduduk Kelurahan Tellumpanua adalah dibidang pertanian dan industri. Adapun penyebaran penduduk menurut mata pencaharian secara lengkap dapat disajikan sebagai berikut.

<sup>56</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), h. 105.

<sup>57</sup> Harun Rasyid, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Ilmu Sosial Agama*, (Pontianak: STAIN Pontianak, 2000), h. 36.

Tabel 3.1 Penyebaran penduduk menurut mata pencaharian.

No.	Pekerjaan	Jumlah
1.	Petani	345
2.	Buruh/swasta	694
3.	PNS/ABRI	191
4.	Bidan	1
5.	Perawat	3
6.	Pedagang	45
7.	Tukang Kayu	11
8.	Peternak	9
9.	Penjahit	25
10.	Sopir	40
11.	Pensiunan	10
12.	Pengrajin	9
13.	Nelayan	30
14.	Industri	123
15.	Pertambangan	15
16.	Lain-lain	2140
	<b>Jumlah</b>	<b>3.691</b>

Sumber: Kantor Kelurahan Tellumpanua

Kelurahan Tellumpanua terdapat banyak industri pembuatan batu-bata merah yang hasil produksinya Sebagian besar dipasarkan di Kota Parepare, Sidrap dan untuk pemakaian lokal. Khusus di Lingkungan Labili-bili kebanyakan dari penduduknya bergerak dalam sektor pembuatan batu-bata merah. Di samping itu terdapat juga

industri pembuatan asam mangga serta industri rumah tangga lainnya seperti pembuatan meuble.

## 2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari masyarakat, yaitu masyarakat Suppa Kabupaten Pinrang, yakni pihak yang bersangkutan (pembuat batu-bata). Mereka disebut sebagai responden. Penentuan responden dilakukan dengan cara metode purposive yaitu dengan cara menentukan responden yang dipilih dengan tujuan yang hendak dicapai dalam penyusunan skripsi ini.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Observasi

Observasi ini dimaksud untuk mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan hasil yang diinginkan untuk melengkapi penulisan yang dilakukan sehingga dalam hal ini diharapkan tidak memberikan data yang fiktif mengenai kondisi yang ada. Adapun peneliti dalam meneliti kasus ini meninjau langsung ke lokasi penelitian untuk melihat kondisi langsung dan keadaan dilapangan.

### 2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data utama dalam metodologi kualitatif. Wawancara bervariasi sesuai dengan jumlah orang yang terlibat selama wawancara berlangsung, tingkat struktur, kedekatan pewawancara dengan partisipan, dan jumlah wawancara yang diselenggarakan selama penelitian. Wawancara pada penelitian ini ditujukan pada pihak pengrajin batu-bata yang menjual batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang.

### **E. Uji Keabsahan Data**

Keabsahan data adalah data yang berbeda antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggung jawabkan.<sup>58</sup>

Untuk menghindari kesalahan dalam pengambilan data maka keabsahan data perlu diuji dengan beberapa cara sebagai berikut:

1. Pengumpulan data secara terus menerus pada subjek penelitian.
2. Uji kredibilitas atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah.
3. Pengecekan oleh subjek penelitian.<sup>59</sup>

Observasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mencari data yang lengkap dan valid, wawancara bertujuan untuk mendapatkan informasi secara langsung serta mencari dan menganalisis masalah yang diteliti, pihak pengrajin batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang.

### **F. Teknik Analisa Data**

Setelah data diperoleh, selanjutnya data tersebut akan dianalisa secara kualitatif. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan kajian penelitian. Analisis tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana penetapan harga batu-bata, tujuannya agar dapat dilihat dari sudut pandang ekonomi

---

<sup>58</sup> Muhammad Kamal Zubair, dkk, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2020, (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), h. 23.

<sup>59</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan R & W, (Bandung: Elfabeta, 2017), h. 276.

Islam, yaitu agar dapat memberikan pemahaman mengenai penetapan harga sebagaimana yang ada dalam ekonomi syariah.

Analisis data adalah proses inspeksi, pembersihan dan pemodelan data dengan tujuan menemukan informasi yang berguna, menginformasikan kesimpulan dan mendukung pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini penulis menganalisis data yang didapat dengan menggunakan:

1. Metode deskriptif analisis yaitu metode yang diawali dengan menjelaskan atau menggambarkan data hasil penelitian.<sup>60</sup>
2. Metode berfikir deduktif yaitu metode yang mempelajari suatu gejala yang umum untuk mendapatkan kaidah-kaidah yang berlaku dilapangan yang lebih khusus mengenai fenomena yang diselidiki.<sup>61</sup>

Penelitian dilakukan di Labili-bili Kabupaten Pinrang, ditemukan pemahaman terhadap pemecahan persoalan dari rumusan masalah yang telah ditentukan. Kemudian ditinjau dari ekonomi syariah untuk menguraikan bagaimana ketentuan dalam praktek penetapan harga penjualan batu-bata yang dibenarkan dalam konteks syaria

---

<sup>60</sup> Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rusda Karya, 2006), h. 103.

<sup>61</sup> Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1981), h. 36.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Mekanisme Penetapan Harga Penjualan Batu-Bata di Labili bili Kabupaten Pinrang

###### a. Penetapan harga berbasis permintaan

Berikut akan disajikan mengenai hasil temuan dari wawancara mengenai penentan harga jual berbasis permintaan di Labili bili Kabupaten Pinrang dari beberapa informan.

Bapak Nasir (pengrajin batu-bata) yang berumur 45 tahun, sehari-hari bekerja sebagai pengrajin batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang. Bapak Nasir memberikan pernyataan perihal penetapan harga sebagai berikut:

“Saya sudah menekuni pekerjaan ini selama kurang lebih 10 tahun, awalnya saya hanya jadi buruh cetak di usaha milik orang lain namun setelah punya modal saya memilih untuk buka usaha. masalah harga kami para pembuat batu-bata tidak mematok harga standar yang seragam secara langsung tetapi kami saling tahu harga batu-bata yang beredar pada umumnya di kampung kami, terkadang sulit untuk menjual batu-bata karena banyaknya pembuat batu-bata yang harganya tidak jauh berbeda bahkan lebih rendah. Saya biasanya menetapkan harga yang lebih tinggi karena menurut saya sesuai dengan kualitas batu-bata yang saya buat, pembeli yang memang mencari batu-bata dengan kualitas bagus akan bersedia membayar lebih mahal.”<sup>62</sup>

Pernyataan dari Bapak Nasir tersebut sejalan dengan pernyataan dari narasumber lainnya yaitu Ibu Darawisah yang berumur 37 tahun, ibu rumah tangga yang ikut membantu suaminya dalam usaha batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang. Ibu Darawisah mengatakan:

---

<sup>62</sup> Nasir, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 19 Juni 2023.

“Kalau saya dan suami sudah sekitar 10 tahun melakukan pekerjaan ini dari awal menikah sampai sekarang, usaha batu-bata ini milik kami pribadi, kalau untuk menjual batu-bata kami tidak langsung dengan pembeli tetapi melalui orang lain yang mencarikan pembeli, untuk harga saya tetapkan tergantung kualitas batu-bata saya, jika kualitasnya saya lihat bagus maka saya jual diharga yang sedikit lebih tinggi begitu juga kalau kualitasnya agak turun maka harganya akan sedikit saya turunkan, orang orang juga tidak mau beli kalau kualitas sama harganya tidak sesuai. Banyak orang yang cari batu-bata yang kualitasnya bagus untuk pembuatan rumah pribadinya.”<sup>63</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa menurut Bapak Nasir dan Ibu Darawisah penetapan harga jual batu-batanya berfokus pada kualitas batu-bata dan selera konsumen dalam memilih batu-bata. Alasannya pembeli akan bersedia membayar lebih tinggi untuk kualitas batu-bata yang lebih bagus.

b. Penetapan harga berbasis biaya

Wawancara mengenai penetapan harga jual berbasis biaya di Labili bili Kabupaten Pinrang dengan beberapa informan. Bapak Hendra yang berumur 51 tahun yang sehari-hari bekerja sebagai pembuat batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang.

Bapak Hendra mengatakan:

“Sudah sekitar 10 tahun saya bekerja sebagai pembuat batu-bata, usaha ini milik saya dan keluarga. Selama ini kalau menjual batu-bata itu langsung kepada pembeli atau terkadang lewat orang lain yang uruskan pembeli untuk saya, harga jualnya itu ya sesuai dengan pengeluaran yang dikeluarkan untuk produksi batu-bata. Mulai dari harga tanah karena saya itu beli tanah untuk produksi batu bata, harga tanah itu sekitar Rp.250.000 untuk satu truk biasanya bisa cetak 4000 batu bata, harga ampekka (sekam padi) itu sekitar Rp.300.000 /truk dalam satu kali pembakaran butuh sekitar 2 sampai 3 truk ampekka, belum lagi biaya biaya lainnya termasuk tenaga yang dikeluarkan.”<sup>64</sup>

Dengan Ibu Nur Baya berumur 42 tahun yang bekerja sehari-hari sebagai pembuat batu-bata. Ibu Baya mengatakan:

“Saya bekerja sebagai pembuat batu-bata sudah tahun, dimana saya awalnya bekerja pada usaha batu-bata milik orang tua saya tapi kemudian

<sup>63</sup> Darawisah, Pembuat batu-bata, wawancara di Labili bili Kabupaten Pinrang, 19 Juni 2023.

<sup>64</sup> Hendra, Pembuat batu-bata, wawancara di Labili bili Kabupaten Pinrang, 20 Juni 2023.

saat menikah saya dan suami mendirikan kalampang sendiri. Sama seperti kebanyakan pembuat batu-bata lainnya saya juga kalau menjual bata pasti langsung ke pembeli atau tidak ya lewat perantara orang lain. Untuk harganya sendiri saya perhitungkan dari harga sewa tanah, harga ampekka (sekam padi), sewa dompeng (traktor). Supaya jelas berapa keuntungan yang diperoleh karena banyak juga pengeluaran belum lagi tenaga yang dikeluarkan, setelah saya perhitungkan semua itu baru saya tentukan harga jualnya.”<sup>65</sup>

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa menurut Bapak Hendra dan Ibu Nur Baya ialah dalam menetapkan harga jual batu-batanya dengan menghitung biaya-biaya yang dihabiskan untuk membeli bahan pokok pembuatan batu-bata seperti tanah liat dan sekam padi. Hal ini dinilai lebih aman dan nyaman karena akan diketahui secara jelas berapa biaya yang sudah dikeluarkan dan keuntungan yang didapatkan.

Menurut Ibu Basiah umur 51 tahun, sehari harinya sebagai pembuat batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang, Ibu Basiah mengatakan:

“Sejak menikah saya sudah memulai pekerjaan ini dikarenakan suami saya juga bekerja sebagai pembuat batu-bata, kami mendirikan usaha ini sejak menikah. Dalam menjual batu-bata tentunya kepada pembeli secara langsung tapi ada juga lewat orang yang carikan biar sama sama untung toh, terkadang dalam menetapkan harga itu melihat saja bagaimana kondisi ekonomi keluarga apakah terdesak atau tidak, kalau ekonomi sedang terdesak maka saya jual lebih murah tapi harganya tetap harus menutupi biaya produksi meskipun untungnya tidak begitu banyak, nanti dijual harga tinggi kalau harga batu-bata naik dipasaran dan ekonomi sedang membaik baru lagi bisa banyak keuntungannya. Tidak apa apa dijual lebih murah agar lebih cepat laku terus dapat uang asalkan biaya atau modal itu bisa tertutupi meski untungnya kecil.”<sup>66</sup>

Menurut Ibu Nursiyah umur 48 tahun yang sehari hari bekerja sebagai pembuat batu-bata, Ibu Nursiyah mengatakan:

“Harga penjualan itu penting karena dari sana kita bisa tahu apakah akan balik modal, untung, atau malah rugi kan. Saya sendiri kalau untuk harga

<sup>65</sup> Nur Baya, Pembuat batu-bata, wawancara di Labili bili Kabupaten Pinrang, 21 Juni 2023.

<sup>66</sup> Basiah, Pembuat batu-bata, wawancara di Labili bili Kabupaten Pinrang, 20 Juni 2023.

jual itu saya perhitungkan modal yang saya keluarkan seperti harga ampekka (sekam padi), bayar orang untuk pembakaran karena saya sendiri yang kelola ini abbatang (tempat usaha pembuatan batu-bata), dengan biaya sehari hari keudian nantinya dihitung keuntungan yang saya mau. Tapi kalau butuhka uang cepat akan saya jual murah masalah banyak sedikit keuntungan yang didapatkan tidak masalah asalkan tuntutan ekonomi terpenuhi.”<sup>67</sup>

Hasil wawancara dengan Ibu Basiah dan Nursiyah diketahui bahwa dalam menetapkan harga jual batu-batanya dengan menghitung biaya biaya yang dikeluarkan dalam produksi kemudian besaran keuntungan yang diinginkan. Penetapan harga berbasis biaya yang digunakan Ibu Basiah dan Nursiyah dipengaruhi oleh faktor ekonomi dimana harga yang ditetapkan dapat berubah sewaktu waktu bila kondisi ekonominya mendesak.

c. Penetapan harga berbasis persaingan

Wawancara mengenai penetapan harga jual berbasis pesaing dengan beberapa informan di Labili bili Kabupaten Pinrang. Menurut Ibu Sennang yang berumur 48 tahun sehari harinya bekerja sebagai pembuat batu-bata di Labili-bili Kabupaten Pinrang. Ibu Sennang mengatakan:

“Saya menjadi pembuat batu-bata sejak setelah menikah, saya ikut suami sebagai pembuat batu-bata. Untuk menjual batu-bata itu biasanya cara penjualannya dengan melalui orang lain dengan adanya standar harga yang diberikan oleh orang tersebut. Jika banyak batu-bata yang beredar maka kami tidak kesulitan lagi mencari pembeli untuk batu-bata saya. Dalam menentukan harga jual saya melihat harga yang ditawarkan oleh orang yang mencarikan saya pembeli terlebih dahulu kemudian saya melihat harga-harga yang ditetapkan pembuat batu-bata lain disekitar saya, jika harga pembuat batu-bata lain lebih tinggi dari yang ditawarkan tadi maka saya tentu tidak akan menjual harga lebih rendah begitu juga sebaliknya. Jika keadaan ekonomi mendesak maka saya mengikuti harga yang ditawarkan meskipun harga pembuat batu-bata lain lebih tinggi.”<sup>68</sup>

<sup>67</sup> Nursiyah, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 20 Juni 2023.

<sup>68</sup> Sennang, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 21 Juni 2023.

Ibu Kati yang berumur 54 tahun, beliau sehari-hari bekerja sebagai ibu rumah tangga sekaligus pembuat batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang. Ibu Atik mengatakan:

“Saya menjadi pembuat batu-bata sudah lama mungkin sekitar 20 tahun, saya mengikuti suami sebagai pembuat batu-bata setelah menikah untuk membantu ekonomi keluarga. Harga jual batu-bata kami melihat dari harga penjual batu-bata lain apalagi disinikan rata-rata banyak pembuat batu-bata berdekatan jadi ya kami sesuaikan saja dengan harga kebanyakan. Hanya saja kalau sudah mengalami desakan ekonomi maka saya jual lebih murah supaya cepat laku.”<sup>69</sup>

Dari wawancara diatas diketahui bahwa Ibu Sennang dan kati menjual batu-batanya menyesuaikan harga pembuat batu-bata lainnya dengan alasan jika lebih tinggi dari yang lainnya maka akan sulit menjual batu-batanya apalagi jarak antara pembuat batu-bata saling berdekatan. Namun harga penjualan keduanya juga seringkali berubah lebih murah dari lainnya jika melihat tuntutan kondisi ekonominya.

Menurut Bapak Liko yang berumur 50 tahun sehari-harinya bekerja sebagai pembuat batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang. Bapak Liko mengatakan:

“Saya bekerja sebagai pembuat batu-bata mungkin sudah sekitar 20 tahun, awalnya saya hanya sebagai buruh cetak lalu membangun kalampang (tempat pembuatan batu-bata) setelah menikah, harga penjualan tergantung dari pembuat batu-bata itu sendiri namun ada harga umum yang beredar diantara para pembuat batu-bata. Batu-bata sulit laku saat harga pembuat batu-bata lain lebih murah, jadi saya dalam menetapkan harga itu berdasarkan harga pembuat batu-bata lain jika melihat harga yang lain turun maka saya juga menyesuaikan harga dengan mereka.”<sup>70</sup>

Menurut Ibu Sumiyati yang sudah berumur 50 tahun, sehari-harinya bekerja sebagai pembuat batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang. Ibu Sumi mengatakan:

“Dalam menetapkan harga, saya tergantung harga yang dijual pembuat batu-bata lain karena jika saya jual lebih mahal maka pembeli akan memilih

---

<sup>69</sup> Kati, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 22 Juni 2023.

<sup>70</sup> Liko, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 22 Juni 2023.

membeli di pembuat batu-bata lain yang lebih murah begitu juga jika dijual dengan harga murah maka untung yang didapat akan lebih sedikit.”<sup>71</sup>

Hasil wawancara dengan ke dua informan tersebut diketahui bahwa Bapak Liko dan Ibu Sumiyati dalam menetapkan harga jual batu-batanya berdasarkan harga pembuat batu-bata lain. Alasannya disamping lebih mudah dalam menentukan harga juga karena khawatir jika harga yang dijual kepada pembeli tidak sama atau lebih mahal dari pembuat batu-bata lainnya maka pembeli akan mencari tempat lain atau berpindah ke pembuat batu-bata lain dengan harga yang lebih murah.

d. Penetapan harga berbasis laba

Wawancara mengenai penetapan harga jual berbasis pesaing dengan beberapa informan di Labili bili Kabupaten Pinrang. Menurut Ibu Basiah yang berumur 51 tahun sehari harinya bekerja sebagai pembuat batu-bata di Labili-bili Kabupaten Pinrang. Ibu Basiah mengatakan:

“dalam menetapkan harga jual saya lebih ke perhitungan modal yang keluar disaat pembuatan batu-bata, untuk harga jual lebih mudah menghitung berapa modal yang telah dikeluarkan dibanding berapa target keuntungan yang harus didapatkan untuk menutupi biaya produksi. Kalau masalah berapa banyak batu-bata yang harus terjual saya tidak memikirkan itu karena batu-bata yang diproduksi itu bukan dalam jumlah yang banyak palingan 8.000 dalam sekali pembakaran dan itu selalu habis terjual.”<sup>72</sup>

Pernyataan dari Ibu Basiah tersebut sejalan dengan pernyataan dari narasumber lainnya yaitu Ibu Nur Baya yang mengatakan bahwa:

“harga batu-bata saya mengikuti harga pembuat batu-bata yang lain atau harga batu-bata pada umumnya. Saya tidak menghitung berapa banyak batu-bata yang harus saya jual karena selama ini batu-bata saya selalu terjual habis. Dalam menentukan harga jual saya tidak banyak perhitungan karena mengikut saja dengan harga batu-bata kebanyakan.”<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup> Sumiyati, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 22 Juni 2023.

<sup>72</sup> Basiah, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 20 Juni 2023.

<sup>73</sup> Nur Baya, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 21 Juni 2023.

Hasil wawancara dengan kedua informan diatas yaitu Ibu Basiah dan Ibu Nur Baya, dalam menetapkan harga jual batu-bata tidak dengan memperkirakan atau memperhitungkan target keuntungan dan banyaknya batu-bata yang harus terjual melainkan dengan menghitung biaya produksi serta harga pembuat batu-bata lain. Alasannya batu-bata yang diproduksi bukan dalam jumlah yang sangat besar sehingga setiap sekali produksi atau pembakaran maka batu-bata selalu habis terjual.

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam penetapan harga yang dilakukan Bapak Nasir dan Ibu Darawisah ialah dengan melihat permintaan konsumen akan batu-batanya. Hal tersebut beralasan kalau pembeli batu-bata sanggup membayar lebih demi kualitas batu-bata yang bagus.

Kemudian pendapat berbeda dikemukakan oleh Ibu Basiah, Nursiyah, Nur Baya, dan juga Bapak Hendra yang menetapkan harga jual batu-bata berdasarkan pada banyaknya biaya yang telah dikeluarkannya dalam membuat batu-bata, agar jelas berapa pengeluarannya serta keuntungan yang akan diperoleh nanti. Sehingga tidak terjadi kerugian dalam menjual batu-bata mengingat banyaknya biaya produksi yang dikeluarkan. Namun faktor ekonomi juga berpengaruh dalam beberapa penetapan harga jual batu-bata, seperti yang dikemukakan oleh Ibu Basiah dan Nursiyah dimana mereka bisa saja menurunkan harga jualnya apabila tuntutan ekonomi mulai mendesak hingga mengharuskan agar batu-batanya cepat laku dan mendapatkan uang.

Pendapat lainnya diutarakan oleh Ibu Sennang, Sumiyati, Kati, dan Bapak Liko, dimana dalam menetapkan harga jual mereka berpatokan pada harga pembuat batu-bata lain. Hal tersebut beralasan jika harga yang dijual lebih tinggi dari harga pesaing, maka kemungkinan terjualnya batau-bata milik mereka lebih kecil karena

pembeli akan cenderung memilih harga yang lebih rendah. Dalam menetapkan harga jual batu-batanya, Ibu Sennang dan Ibu kati juga dipengaruhi oleh kondisi ekonomi keluarganya dimana mereka akan cenderung menjual batu bata dalam harga yang lebih rendah dari pembuat batu-bata lain sehingga lebih cepat laku dan bisa memenuhi tuntutan perekonomiannya.

Adapun pendapat yang diutarakan oleh ibu Basiah dan Nurbaya dalam penetapan harga berbasis laba mereka tidak menggunakan metode tersebut. Mereka beralasan jika penetapan harga dengan menghitung biaya dan mengikuti pesaing lebih mudah digunakan dibanding harus memperhitungkan berapa target keuntungan yang diinginkan agar menutupi semua biaya dalam pembuatan batu-bata.

## 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi dalam Penetapan Harga Jual Batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang

### a. Faktor biaya

Menurut narasumber Bapak Hendra, beliau mengatakan:

“biaya biaya dalam pembuatan batu-bata tentunya berpengaruh dalam menetapkan harga jual. Karena harga bahan dalam pembuatan batu-bata itu kadang naik turun, jadinya harga jual saya juga kadang berubah. Menurut saya yang penting bisa menutupi biaya produksi, ada harga ada kualitas.”<sup>74</sup>

Pernyataan dari Bapak Hendra tersebut kemudian juga sejalan dengan pernyataan yang disampaikan oleh narasumber selanjutnya yaitu Ibu Basiah yang mengatakan bahwa:

“Iya betul biaya itu termasuk berpengaruh dalam menjual batu-bata dimana pengeluaran dalam proses pembuatan harus tertutupi dengan harga jualnya. Jika asal menjual tanpa mempertimbangkan biaya atau modal yang telah dikeluarkan maka kita tidak tahu nantinya apakah akan untung atau rugi.”<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup> Hendra, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 20 Juni 2023.

<sup>75</sup> Basiah, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 20 Juni 2023.

Dari wawancara di atas, diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi harga jual pembuat batu-bata dalam menetapkan harga jualnya menurut Bapak Hendra dan Ibu Basiah ialah dari biayanya. Karena mereka menganggap bahwa semua pengeluaran harus dihitung agar tidak merugi. Juga, adanya harga bahan pokok di pasaran yang dapat berubah sewaktu waktu membuat biaya tersebut harus diperhitungkan secara baik.

Menurut narasumber Bapak Nasir, beliau juga mengatakan hal demikian. Bapak Nasir mengatakan:

“pengeluaran atau biaya untuk membeli bahannya. Kadang harga bahan dalam membuat batu-bata itu naik, kalau saya jual tetap begitu saja nanti saya tidak balik modal. Artinya, saya pertimbangkan biayanya berapa setelah itu akan terlihat keuntungan untuk saya baru kemudian saya jual dengan harga yang saya inginkan.”<sup>76</sup>

Kemudian menurut narasumber selanjutnya Ibu Darawisah yang juga sehari-harinya adalah pembuat batu-bata, mengatakan bahwa:

“biaya itu bagaimana sekiranya harga yang saya tetapkan nantinya bisa mengembalikan biaya pengeluaran dalam membuat batu-bata dan ada juga keuntungan yang saya dapatkan. Saat menjual tentunya kita akan mencari untung dan sebisanya untuk tidak rugi, itulah kenapa biaya biaya yang telah dikeluarkan perlu dipertimbangkan sebelum menetapkan harga jual.”<sup>77</sup>

Wawancara dengan Bapak Nasir dan Ibu Darawisah diatas, dikatakan menurut mereka bahwa faktor dasar yang mempengaruhi untuk menetapkan harga jualnya ialah faktor biaya. Hal ini dikarenakan biaya juga merupakan dasar dalam menghitung besaran keuntungan yang akan diambil nantinya.

b. Faktor pesaing

Menurut narasumber Ibu Sumiyati, seorang Ibu rumah tangga sekaligus pembuat batu-bata. Ibu Sumiyati mengatakan:

---

<sup>76</sup> Nasir, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 19 Juni 2023.

<sup>77</sup> Darawisah, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 19 Juni 2023.

“untuk hal yang menjadi pertimbangan saya dalam menjual batu-bata ialah harga kebanyakan yang dijual oleh pembuat batu-bata lain. Saya juga pastinya memikirkan harga jual pembuat batu-bata lain, bagaimana jika saya menetapkan harga jual lebih tinggi tentunya batu-bata saya lebih sulit laku begitu pula jika saya tetapkan diharga lebih murah maka untung saya akan sedikit. Intinya, bagaimana saya bisa menjual batu-bata itu tidak lebih mahal dan tidak lebih murah dari pesaing.”<sup>78</sup>

Pernyataan Ibu Sumiyati tersebut kemudian juga sama dengan pernyataan yang disampaikan oleh narasumber selanjutnya yaitu Bapak Liko, beliau mengatakan:

“pembuat batu-bata di kampung ini ada banyak dan berdekatan, jadi harga pembuat batu-bata yang lain itu mempengaruhi harga jual yang nantinya saya tentukan. Jika harga bata saya lebih mahal otomatis orang-orang cari penjual batu-bata yang lain.”<sup>79</sup>

Dari wawancara diatas, menurut Ibu Sumiyati dan Bapak Liko, faktor yang mempengaruhi pembuat batu-bata dalam menetapkan harga jualnya ialah pesaing atau pembuat batu-bata sekitarnya. Mereka beralasan bahwa jika harga pesaing tidak dipikirkan maka batu-bata yang dijual akan kurang laku dan pembeli berpindah ke tempat lain.

Menurut narasumber Ibu Kati, yang sehari-harinya bekerja sebagai pembuat batu-bata, beliau mengatakan hal yang sama yaitu:

“pertimbangan saya dalam menetapkan harga jual ya melihat harga jual pembuat batu-bata lain. Karena pekerjaan masyarakat di kampung ini memang rata rata pembuat batu-bata maka harga jualnya pun harus dipikirkan dengan penjual lain, pembeli itu pasti mencari harga batu-bata yang lebih murah jadi kalau harga yang saya tetapkan lebih mahal maka akan sulit laku.”<sup>80</sup>

Menurut Ibu Sennang yang juga sehari-harinya bekerja sebagai pembuat batu-bata, mengatakan bahwa:

“kalau saya itu ya harga pembuat batu-bata lain, kalau lebih mahal dengan harga yang lain nantinya tidak laku begitu juga jika lebih murah maka

---

<sup>78</sup> Sumiyati, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 22 Juni 2023.

<sup>79</sup> Liko, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 22 Juni 2023.

<sup>80</sup> Kati, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 22 Juni 2023.

untung saya sedikit. Jadi saya melihat harga yang lainnya, menyesuaikan saja.”<sup>81</sup>

Dari wawancara diatas, menurut Ibu Kati dan Ibu Sennang faktor yang mempengaruhi dalam menetapkan harga jual batu-bata ialah pembuat batu-bata lain. Hal itu karena banyaknya pembuat batu-bata yang ada didaerah tersebut.

c. Faktor cuaca

Menurut pernyataan dari narasumber Ibu Nursiyah, mengatakan bahwa:

“yang menjadi pertimbangan saya dalam menentukan harga jual salah satunya itu cuaca atau musim. Saat musim kemarau itu proses pembuatan batu-bata jadi lebih cepat, sehari itu sudah bisa langsung kering setelah dicetak. Kalau dimusim hujan itu pembuatan batu-bata bisa lebih lama terkadang pengeringan sampai 3 hari, pembakaran pun bisa terkendala. Jadi, harganya menyesuaikan cuaca atau musimnya saja kalau musim kemarau harga batu-bata dikisaran Rp.400.000 per seribu batu-bata sedangkan saat musim hujan itu dikisaran Rp.500.000.”<sup>82</sup>

Menurut narasumber lain, Bapak Nasir mengatakan:

“cuaca atau musim juga berpengaruh dalam keputusan penetapan harga jual yang nantinya saya ambil, apalagi jika musim hujan harga batu-bata naik karena lamanya waktu dalam proses pembuatan dimana saat musim kemarau saya bisa mencetak batu-bata sekitar 1000 per hari namun saat musim hujan saya tidak bisa mencetak batu-bata setiap hari, harus menunggu sampai batu-bata yang sebelumnya di cetak kering. Beberapa kendala dimusim hujan itu yang membuat batu-bata naik”<sup>83</sup>

Dari wawancara diatas, menurut Ibu Nursiyah dan Bapak Nasir, faktor yang menjadi pertimbangan atau berpengaruh ketika menetapkan harga jual batu-batanya yaitu karena adanya faktor cuaca. Mereka melihat pada saat musim tertentu proses pembuatan batu-bata bisa lebih lama atau cepat. Hal itulah yang menyebabkan harga yang dijual nantinya berbeda kepada pembeli.

<sup>81</sup> Sennang, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 21 Juni 2023.

<sup>82</sup> Nursiyah, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 20 Juni 2023.

<sup>83</sup> Nasir, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 19 Juni 2023.

Menurut informan lainnya yaitu Ibu Nur Baya, beliau mengatakan:

“cuaca tentu saja berpengaruh dalam penjualan jual batu-bata, harga jual pun berbeda saat musim hujan dan kemarau, saat musim hujan harga jual menjadi naik karena selain susah dalam pembuatan batu-bata juga harga bahan bahan dalam pembuatan batu-bata naik seperti harga ampekka (sekam padi) jadi lebih mahal, saat proses pembakaran bila ampekka yang digunakan basah maka berpengaruh pada kualitas batu-bata yang dihasilkan sehingga saya biasanya membeli lagi yang kering. Kalau musim kemarau itu proses pembuatan dan biaya pengeluaran dalam pembuatan batu-bata normal jadi harga jual tidak naik atau normal.”<sup>84</sup>

Bapak Hendra juga mengatakan hal serupa, beliau mengatakan:

“saat musim hujan dan kemarau pastinya harga batu-bata itu berbeda, musim hujan biasanya pasti naik karenakan kurangnya batu-bata yang bisa diproduksi, adanya biaya tambahan seperti harga tanah yang naik serta harga ampekka (sekam padi) dan biaya untuk membeli terpal. Sedangkan pada musim kemarau itu harga bahan untuk membuat batu-bata normal dan tidak naik. Makanya harga pada setiap musim berbeda.”<sup>85</sup>

Dari wawancara di atas, menurut Ibu Nur Baya dan Bapak Hendra, faktor yang berpengaruh ketika menetapkan harga jual yaitu faktor cuaca atau musim. Dikarenakan pada saat musim hujan selain karena proses pembuatan yang lebih lama, harga bahan bahan dalam produksi juga beberapa ada yang naik. Hal itu yang membuat harga setiap musimnya berbeda.

d. Faktor ekonomi

Menurut narasumber Ibu Kati yang sehari-hari bekerja sebagai pembuat batu-bata, Ibu Kati mengatakan:

“dalam menjual batu-bata saya awalnya akan melihat berapa harga jual yang ditetapkan oleh pembuat batu-bata lain. Namun, tuntutan ekonomi juga menjadi salah satu hal yang memberikan pengaruh dalam menetapkan harga jual batu-bata, ketika membutuhkan uang saya akan menurunkan harga jual batu-bata saya supaya cepat laku.”<sup>86</sup>

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Ibu Sennang yang mengatakan:

<sup>84</sup> Nur Baya, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 21 Juni 2023.

<sup>85</sup> Hendra, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 20 Juni 2023.

<sup>86</sup> Kati, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 22 Juni 2023.

“dalam menjual batu-bata, harga yang ditetapkan tergantung harga pembuat batu-bata lain tapi kan perekonomian orang berbeda beda jadi bila kondisi ekonomi saya memburuk itu akan mempengaruhi harga jual saya, biasanya saya jual lebih murah dari harga pembuat batu-bata lain biar cepat laku.”<sup>87</sup>

Wawancara di atas, menurut Ibu Kati dan Ibu Sennang, faktor ekonomi menjadi pertimbangan ketika menetapkan harga jual batu-batanya. Dimana kondisi ekonominya mempengaruhi keputusan penetapan harga yang akan diambil. Hal itulah yang mengakibatkan harga jual batu-batanya berubah dan lebih rendah dari biasanya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi dalam menetapkan harga jual batu-bata yang dilakukan oleh Bapak Hendra, Ibu Basiah, Bapak Nasir, dan Ibu Darawisah semuanya mengatakan bahwa faktor mendasar yang menjadi pertimbangan dalam menetapkan harga jual batu-batanya ialah biaya atau pengeluaran yang telah dihabiskan untuk membeli bahan pokok. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui besaran biaya yang dikeluarkan serta menghindari kerugian yang diakibatkan oleh naik turunnya harga bahan pokok yang sewaktu waktu bisa berubah.

Pendapat berbeda dikemukakan oleh Ibu Sumyati, Bapak Liko, Ibu Kati, dan Ibu Sennang yang mengatakan bahwa faktor yang menjadi berpengaruh dalam menetapkan harga jual batu-bata ialah faktor adanya harga pesaing atau pembuat batu-bata lain. Hal tersebut dikarenakan jika harga yang ditawarkan kepada pembeli berbeda dengan harga yang ada di pasaran atau lebih mahal dari pada pembuat batu-bata lain, maka kemungkinan pembeli akan kurang meminati sehingga mengakibatkan batu-bata yang dijual tidak akan laku.

Pendapat selanjutnya disampaikan oleh Ibu Nursiah, Bapak Nasir, Ibu Nur Baya, dan Bapak Hendra mengatakan bahwa faktor cuaca juga berpengaruh dalam

---

<sup>87</sup> Sennang, Pembuat batu-bata, wawancara di Labili bili Kabupaten Pinrang, 21 Juni 2023.

penetapan harga. Karena cuaca yang berubah, maka harga yang ditentukan juga berubah sesuai musim atau cuaca tertentu. Pendapat terakhir disampaikan oleh Ibu Kati dan Ibu Sennang mengatakan bahwa kondisi ekonomi juga berpengaruh dalam penetapan harga jualnya. Dimana harga jual diturunkan agar cepat laku dan segera mendapatkan uang, alasannya tentu saja karena tuntutan ekonomi yang mendesak.

### 3. Tinjauan Syariah dalam Penetapan Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang

Setelah dilakukan wawancara dengan pihak pembuat batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang, diperoleh data yang kemudian disajikan untuk menjelaskan mengenai penerapan nilai Syariah dalam penetapan harga penjualan batu-bata yang ada di Labili bili Kabupaten Pinrang.

#### a. Penetapan harga berbasis keridhaan

Penetapan harga yang dilakukan oleh pembuat batu-bata di Labili bili sudah sesuai dengan konsep penetapan harga berbasis keridhaan dalam ekonomi Syariah karena harga yang ditetapkan sesuai kerelaan dari pihak penjual dan pembeli. Hal ini diungkapkan langsung oleh Bapak Nasir bahwa:

“Saya memang mematok harga yang sedikit lebih tinggi karena melihat kualitas batu-bata saya yang sepadan dengan harga yang ditetapkan, seperti yang saya katakan sebelumnya bahwa pembeli itu akan rela membayar lebih untuk kualitas batu-bata yang bagus, jadi dilakukan atas dasar kerelaan suka sama suka.”<sup>88</sup>

Pernyataan tersebut juga senada dengan pendapat Ibu Basiah yang mengatakan bahwa:

“Awalnya saya menetapkan harga jual sesuai dengan keinginan saya namun jika terkendala ekonomi maka saya akan menerima tawaran harga yang diberikan pembeli yang tentunya batu-bata saya bisa cepat laku. Saya dengan

<sup>88</sup> Nasir, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 19 Juni 2023.

senang hati menerima tawaran harga pembeli selama masih dibatas wajar artinya masi bisa menutupi biaya pembuatan batu-bata meskipun untungnya tidak terlalu banyak, asalkan sudah sepakat dengan harga yang ditawarkan maka saya jual.”<sup>89</sup>

Dari wawancara dengan Bapak Nasir dan Ibu basiah diketahui bahwa penetapan harga berbasis keridhaan diterapkan dalam harga jual batu-batanya dimana antara penjual dan pembeli sama-sama merasa rela menerima harga tersebut.

b. Penetapan harga berbasis keadilan

Dalam penetapan harga berbasis keadilan yaitu harga yang tidak menimbulkan eksploitasi, kezaliman, tidak merugikan pihak manapun, dan manfaat produk secara adil. Menurut Ibu Nursiyah dalam wawancaranya bahwa:

“Kalau dalam penetapan harga batu-bata awalnya saya memang memperhitungkan berapa pengeluaran untuk membuat batu bata itu kan, namun mau tidak mau saya turunkan harga apabila saya sudah sangat butuh uang untuk menutupi kebutuhan ekonomi. Saya tidak merasa merugikan pembeli karena kan yang penting batu-bata saya jadi cepat laku dan pembeli pun pasti merasa senang dengan harga murah.”<sup>90</sup>

Adapun menurut Ibu Sennang, bahwa:

“Harga jual batu-bata ditetapkan pastinya sesuai dengan keuntungan yang diinginkan namun kondisi ekonomi terkadang mendesak sehingga mengharuskan untuk segera mendapatkan uang dengan cara menjual batu-bata lebih rendah ataupun harga yang ditawarkan pembeli. Saya tidak lagi terlalu memerhatikan kualitas batu-bata saya, asalkan bisa laku ya saya jual. Saya juga tidak memaksa untuk membeli batu-bata saya jadi saya pikir itu sudah adil”<sup>91</sup>

Dari wawancara dengan Ibu Nursiyah dan Ibu Sennang diatas dapat diketahui bahwa mereka sama-sama menurunkan harga jualnya apabila terdesak oleh kondisi ekonomi tanpa memikirkan apakah keuntungannya lebih besar, sedikit, ataupun

<sup>89</sup> Basiah, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 20 Juni 2023.

<sup>90</sup> Nursiyah, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 20 Juni 2023.

<sup>91</sup> Sennang, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 21 Juni 2023.

bahkan rugi. Keduanya tidak begitu memikirkan apakah harga tersebut sudah adil bagi pihak penjual maupun pembeli.

c. Penetapan harga berbasis kejujuran

Menurut Ibu Darawisah dalam wawancaranya bahwa:

“Harga yang saya tetapkan mengikuti kualitas batu-bata yang ada, walaupun banyak permintaan akan batu-bata harga jual saya tetap sesuai dengan kualitas batu-bata yang saya punya. Saat musim hujan biasanya produksi akan batu-bata itu turun dikarenakan batu-bata sulit kering dan untuk mencetak pun sulit, makanya harga batu-bata dimusim hujan dan kemarau itu berbeda, dimana akan sedikit lebih mahal saat musim hujan mengingat sulitnya dalam membuat batu-bata.”<sup>92</sup>

Adapun pendapat lain dari Bapak Liko mengatakan bahwa:

“Penetapan harga jual yang saya tetapkan masih sesuai dengan harga jual pembuat batu-bata lain. Permintaan akan batu-bata itu meningkat di musim hujan karena kurangnya produksi batu-bata yang ada sehingga mengakibatkan harga pun ikut naik, kami mengeluarkan lebih banyak biaya dimusim hujan seperti membeli terpal untuk melindungi batu-bata dari hujan dan mengganti ampekka (sekam padi) yang basah disaat pembakaran. Disamping pengeluaran yang lebih, kesulitan pembuat batu-bata juga lebih banyak dimana kami membutuhkan waktu yang lebih lama untuk produksi.”<sup>93</sup>

Wawancara dengan Ibu Darawisah dan Bapak Liko diketahui bahwa keduanya menaikkan harga dimusim hujan dikarenakan sulitnya produksi batu-bata dan biaya yang dikeluarkan juga bertambah.

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan beberapa informan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penetapan harga berbasis keridhaan, Bapak Nasir dan Ibu Basiah menetapkan harga sesuai kualitas batu-bata yang ditawarkan, penjual batu-bata maupun pembeli sama-sama rela dengan harga yang ada dikarenakan sesuai dengan keingan dan kebutuhan masing-masing. Pembuat batu-bata ingin batu-batanya dihargai lebih tinggi karena memang berkualitas bagus begitu pula pembeli yang rela

<sup>92</sup> Darawisah, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 19 Juni 2023.

<sup>93</sup> Liko, Pembuat batu-bata, *wawancara* di Labili bili Kabupaten Pinrang, 22 Juni 2023.

mengeluarkan uang lebih banyak untuk batu-bata yang kualitasnya sesuai dengan yang diinginkan.

Penetapan harga berbasis keadilan, Ibu Nursiyah dan Ibu Sennang yang awalnya harga jual ditetapkan sesuai dengan keinginan keduanya namun karena adanya tuntutan ekonomi mereka tidak segan menurunkan harga jual batu-batanya tanpa memikirkan banyak sedikitnya keuntungan yang didapatkan bahkan mungkin mengalami kerugian. Kualitas batu-bata dan harga pesaing lain bukan lagi menjadi patokan dalam harga jualnya, asalkan ada yang mau beli dengan cepat maka akan dijual entah itu merugikan dirinya sendiri, pembeli, ataupun pihak lain.

Penetapan harga berbasis kejujuran, Ibu Darawisah dan Bapak Liko mengatakan harga jual yang ditetapkan tidak dipengaruhi oleh banyaknya permintaan akan batu-bata tetapi lebih ke cuaca atau musim, dimana saat musim hujan harga jual batu-bata memang mengalami kenaikan berdasarkan pada biaya dan tenaga yang dikeluarkan juga lebih banyak serta lambat dan sulitnya produksi batu-bata yang membuat harga menjadi sedikit lebih mahal.

Dari hasil wawancara diatas, jika ditinjau dari ekonomi Syariah maka harga jual yang ditetapkan oleh pembuat batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang sebagian belum sesuai dengan prinsip prinsip Syariah. Terdapat faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harganya yaitu berdasarkan kondisi ekonomi pembuat batu-bata yang apabila mengalami desakan maka beberapa dari pembuat batu-bata dalam penetapan harga jualnya tidak sesuai dengan prinsip Syariah.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

Penetapan harga merupakan instrument yang penting dalam setiap individu yang akan melakukan proses perdagangan (jual beli). Pengetahuan tentang penetapan harga oleh sebagian pedagang dalam melakukan bisnis perdagangan masih banyak yang tidak mengetahuinya, karena sebagian pedagang hanya melakukan penetapan harga dengan berorientasikan pada keuntungan dan kerugian dalam bisnis perdagangannya. Penetapan harga jual yang baik jika produsen mampu menetapkan harga yang tidak mendzolimi dirinya maupun konsumen.

Menurut penetapan harga pada konsep harga yang adil dalam Islam yaitu menurut Rachmat Syafei, harga yang terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridhoi oleh kedua belah pihak yang berakad.

Dalam kesepakatan tersebut diridhoi oleh kedua belah pihak dimana harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua pihak dalam akad, baik dalam sedikit, lebih besar atau sama dengan nilai barang/jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

Berdasarkan pada hasil wawancara dan observasi serta mengacu pada rumusan masalah maka disini peneliti akan membahas hasil temuan-temuannya di lapangan. Pembahasan akan difokuskan dalam 3 hal yaitu, metode penetapan harga jual batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang, faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam penetapan harga dan tinjauan ekonomi Syariah dalam penetapan harga penjualan batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang.

1. Mekanisme penetapan harga penjualan batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang

Dalam strategi penetapan harga, terdapat berbagai macam metode. Metode mana yang digunakan tergantung kepada tujuan penetapan harga yang ingin dicapai. Menurut Fandy Tjiptono, metode penetapan harga dikelompokkan menjadi empat macam berdasarkan basisnya, yaitu berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba, dan berbasis persaingan.<sup>94</sup>

Informasi yang peneliti dapatkan dari para informan di Labili bili Kabupaten Pinrang tentang metode atau cara yang dilakukan oleh pengrajin untuk menetapkan harga jual batu-bata dengan mengacu pada teori tentang penetapan harga. Adapun hasil yang didapatkan di lapangan tentang metode yang digunakan pembuat batu-bata dalam menetapkan harga jualnya yaitu:

a. Penetapan harga berbasis permintaan

Metode penetapan harga berbasis permintaan ini merupakan sebuah metode penetapan harga yang berfokus pada faktor produk yang mempengaruhi selera konsumen berdasarkan perilaku konsumen secara umum, selera, dan manfaat produk. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, antara lain kemampuan daya beli pelanggan, gaya hidup pelanggan, manfaat yang diberikan produk, harga produk substitusi, pasar potensial bagi produk tersebut, sifat persaingan non harga, dan segmen-segmen dalam pasar.<sup>95</sup>

Hasil temuan peneliti yang didapatkan di lapangan menunjukkan bahwa metode yang digunakan oleh pembuat batu-bata dalam menetapkan harga jualnya ialah melihat kualitas batu-bata yang dihasilkan. Penetapan harga dengan melihat kualitas yang ditawarkan membuat pembeli bersedia membeli meski harga yang ditawarkan

---

<sup>94</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edis 4, ( Jakarta: Penerbit ANDI, 2017), h, 157-159.

<sup>95</sup> Fandi Tjiptono, h, 157-159.

lebih tinggi. Permintaan batu-bata yang berkualitas membuat penjual batu-bata menetapkan harga sesuai keuntungan yang diinginkan.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono tentang metode penetapan harga berbasis permintaan, yaitu dimana harga yang didasarkan pada pertimbangan seperti daya beli konsumen, kesediaan konsumen untuk membeli, manfaat produk serta kualitas produk.

Beberapa pengrajin batu-bata menggunakan strategi ini karena mereka beralasan bahwa kualitas batu-bata yang bagus mampu menarik pembeli yang bersedia membayar batu-batanya dengan lebih tinggi, sehingga keuntungan yang diperoleh sesuai dengan keinginan

b. Penetapan harga berbasis biaya

Metode penetapan harga berbasis biaya merupakan metode penetapan harga yang sebagian besar dipengaruhi oleh aspek penawaran seperti biaya produksi dan pemasaran produk dibanding aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya biaya langsung, biaya *overhead*, dan laba.<sup>96</sup>

Hasil temuan peneliti selanjutnya yang didapatkan di lapangan menunjukkan bahwa metode atau cara yang digunakan oleh pembuat batu-bata dalam menetapkan harga jualnya ialah berdasarkan biaya. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan informan yang mengatakan bahwa dengan menghitung biaya yang telah dikeluarkan untuk membeli bahan-bahan dalam membuat batu-bata, maka nantinya akan terlihat berapa modal yang dikeluarkan dan besaran keuntungan yang didapatkan.

---

<sup>96</sup> Fandi Tjiptono, h. 157-159.

Hal tersebut sesuai dengan teori penetapan harga biaya plus (*cost plus pricing*) dimana harga yang didasarkan pada biaya total ditambah laba yang diinginkan. Adapun formulanya ialah:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Pokok} + \text{Margin Keuntungan}$$

Pembuat batu-bata menggunakan metode ini dikarenakan mereka beralasan bahwa disamping perhitungan yang jelas, hal tersebut juga dimaksudkan agar pembuat batu-bata mengetahui besaran biaya yang dikeluarkan beserta keuntungan yang diperoleh para pembuat batu-bata sehingga dalam menentukan harganya sesuai dengan keuntungan yang diinginkan dan meminimalisir dari kerugian.

c. Penetapan harga berbasis persaingan

Metode penetapan harga berbasis persaingan merupakan metode penetapan harga dengan turut kepada apa yang pesaing lakukan. Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga pesaing, apakah di bawah, sama atau di atas harga pesaing.<sup>97</sup>

Hasil temuan peneliti yang didapatkan di lapangan menunjukkan bahwa metode yang digunakan oleh pengrajin batu-bata dalam menetapkan harga jualnya ialah dengan melihat harga pesaing yang lain. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan beberapa informan yang mengatakan bahwa harga yang ditetapkan sesuai dengan harga pembuat batu-bata lain atau dengan melihat harga pembuat batu-bata lain, menurutnya cara ini dilakukan oleh sebagian besar pembuat batu-bata, mereka memilih cara penetapan harga berdasarkan pesaing karena lebih mudah.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono tentang penetapan harga berbasis pesaing, dimana strategi tersebut digunakan dalam kondisi:

---

<sup>97</sup> Fandi Tjiptono, h. 160-164.

- 1) Biaya sulit diukur dan diyakini bahwa harga yang berlaku ditetapkan berdasarkan pendapat sebagian besar perusahaan di dalam industri.
- 2) Penyesuaian dengan harga yang berlaku umum dipandang sebagai cara yang tidak akan merusak keseimbangan dalam industri.
- 3) Sulit mengetahui reaksi pembeli dan pesaing terhadap perbedaan antara harga jual perusahaan dan harga rata-rata dalam industri (harga pasar).

Pada poin ke-dua diatas inilah yang peneliti temukan di lapangan dan digunakan oleh pembuat batu-bata untuk menetapkan harga jualnya berdasarkan harga pesaing atau pembuat batu-bata lain. Hal ini tentunya tidak lepas dari beberapa alasan pembuat batu-bata yaitu: jarak yang berdekatan antara pembuat batu-bata yang lain sehingga mereka tidak bisa menetapkan harga yang sangat jauh perbedaannya yang mana nantinya para pembeli akan pindah dan memilih ke pembuat batu-bata lainnya yang menawarkan harga sedikit lebih murah dibandingkan mereka. Kemudian, jika harga yang ditetapkan lebih tinggi dari pembuat batu-bata lain maka ditakutkan batu-bata miliknya kurang diminati atau sulit terjual.

d. Penetapan harga berbasis laba

Metode penetapan harga berbasis laba merupakan penetapan harga berdasarkan pada keseimbangan pendapatan dengan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk presentase terhadap penjualan atau investasi.<sup>98</sup>

Metode penetapan harga berbasis laba merupakan penetapan harga berdasarkan pada keseimbangan pendapatan dengan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk

---

<sup>98</sup> Fandi Tjiptono, h. 160-164.

presentase terhadap penjualan atau investasi. Menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menentukan berapa banyak produk yang akan perusahaan jual untuk menutup biaya di masa mendatang dan mencapai laba yang ditetapkan.

Hasil temuan peneliti yang didapatkan di lapangan menunjukkan bahwa metode penetapan harga berbasis laba tidak ditemukan atau tidak digunakan oleh pengrajin batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan beberapa informan yang mengatakan penetapan harga jualnya tidak memperhitungkan atau memperkirakan berapa banyak batu-bata yang harus terjual. Menurutnya batu-bata yang diproduksi tidak begitu banyak sehingga selalu bisa terjual habis.

Dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ismail Ali Serunting<sup>99</sup> mengatakan bahwa mekanisme harga dengan memiliki standar harga yang berlaku di pasaran atau sama dengan harga pesaing dimana terdapat harga yang menjadi patokan dalam menetapkan harga jual.

## 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga penjualan batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang

Informasi yang penulis dapatkan dari informan di Labili bili Kabupaten Pinrang tentang faktor yang mempengaruhi pembuat batu-bata dalam menetapkan harga jualnya serta dengan mengacu pada teori mengenai faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam penetapan harga.

---

<sup>99</sup> Muhammad Ismail Ali Serunting, "Strategi Penetapan Harga di ATK CV Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi Sarjana: Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam: Palembang, 2017).

Adapun hasil peneliti yang didapatkan di lapangan tentang faktor yang menjadi pertimbangan pembuat batu-bata dalam menetapkan harga jualnya terdapat temuan yaitu:

a. Faktor biaya

Biaya menjadi landasan bagi harga yang dapat perusahaan tetapkan atas produk-produknya. Perusahaan menetapkan harga yang dapat menutup semua biaya untuk produksi, mendistribusikan, menjual produk tersebut dan menghasilkan tingkat hasil investasi yang memadai atas semua upaya dan risiko yang ditanggungnya.<sup>100</sup>

Dari hasil temuan peneliti yang didapatkan dilapangan menunjukkan bahwa faktor yang menjadi pertimbangan pembuat batu-bata dalam menetapkan harga jualnya ialah faktor biaya. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan informan yang mengatakan bahwa dengan mempertimbangkan biaya yang sudah yang dikeluarkan, hal tersebut memberikan kepastian keuntungan yang diinginkan dan menghindari kerugian.

Hal tersebut sesuai dengan teori tentang faktor yang mempengaruhi penetapan harga salah satunya ialah faktor biaya. Para pembuat batu-bata menganggap biaya menjadi faktor dalam menetapkan harga jualnya dikarenakan harga untuk membeli bahan pokok dalam pembuatan batu-bata kadang naik turun, sehingga biaya yang dikeluarkan pun harus diperhitungkan secara jelas. Dengan demikian, para pembuat batu-bata tidak akan khawatir mengalami kerugian ketika menjualnya.

b. Faktor pesaing

---

<sup>100</sup> Kotler dan Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid Satu*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003), h. 434-446.

Faktor eksternal lain yang mempengaruhi penetapan harga adalah biaya dan harga pesaing serta reaksi yang mungkin dilakukan oleh pesaing atas langkah-langkah penetapan harga yang dilakukan perusahaan tertentu.<sup>101</sup>

Hasil temuan peneliti yang didapatkan di lapangan selanjutnya menunjukkan bahwa faktor yang menjadi pertimbangan pembuat batu-bata dalam menetapkan harga jualnya ialah faktor pesaing atau pembuat batu-bata lain yang ada disekitarnya. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan informan yang mengatakan bahwa harga jual pembuat batu-bata lain menjadi alat ukur tersendiri bagi pembuat batu-bata untuk kemudian menetapkan harga jual batu-batanya.

Hal tersebut sesuai teori tentang salah satu faktor yang menjadi pertimbangan dalam menetapkan harga yaitu harga tawaran pesaing. Para pembuat batu-bata menganggap faktor pesaing inilah yang harus dipertimbangkan karena jika harga yang mereka nantinya jual lebih mahal dibandingkan pesaing lain, kemungkinan akan sulit terjual.

c. Faktor cuaca

Hasil temuan peneliti di lapangan menunjukkan bahwa faktor yang menjadi pertimbangan pembuat batu-bata dalam menetapkan harga jualnya ialah faktor cuaca. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan yang mengatakan bahwa cuaca atau musim merupakan faktor lain dimana cuaca ini nantinya berpengaruh terhadap proses pembuatan batu-bata, sehingga pembuat batu-bata juga memperhatikan kondisi cuaca tersebut.

Hal ini tidak sesuai dengan teori tentang faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual karena tidak ditemukan peneliti dalam pembahasan sebelumnya. Adapun

---

<sup>101</sup> Kotler dan Amstrong, h. 434-446.

alasan para pembuat batu-bata yang harga jualnya dipengaruhi oleh faktor cuaca ialah karena cuaca menjadi kendala ketika musim hujan tiba dimana proses pembuatan batu-bata bisa lebih lama dan biaya yang dikeluarkan pun lebih banyak dibandingkan ketika musim kemarau, sehingga menurut mereka harga yang nantinya akan dijual disesuaikan dengan kondisi cuaca yang ada.

Musim kemarau jumlah kuantitas produksi dapat mencapai hingga 1000 bata per hari. Hal ini dikarenakan proses penjemuran atau pengeringan batu-bata dapat dilakukan dengan cepat, sehingga adanya peningkatan jumlah permintaan dapat terpenuhi dengan baik. Namun, disisi lain harga yang ditawarkan saat musim kemarau ini cenderung lebih murah dikarenakan permintaan yang meningkat namun banyak pembuat batu-bata yang sama sama bersaing untuk menarik minat konsumen, kisaran harga batu-bata pada musim kemarau Rp.500.000/seribu batu-bata. Berbeda halnya ketika musim hujan, jumlah produksinya hanya berkisar 400-700 bata/hari. Hal ini karena proses pengeringan yang lebih lama dimana dapat memakan waktu bisa sampai satu minggu, kemudian harga yang ditawarkan cenderung naik karena proses penjemuran atau pengeringan yang lebih lama juga karena adanya biaya biaya tambahan yang lain, harga batu-bata saat musim hujan berkisar pada Rp.500.000/seribu batu-bata.

d. Faktor ekonomi

Hasil temuan peneliti selanjutnya yang didapatkan di lapangan menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi pembuat batu-bata dalam penetapan harga yaitu kondisi perekonomiannya. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan informan yang mengatakan bahwa apabila tuntutan ekonomi sudah mendesak maka harga jual batu-batanya bisa saja berubah lebih murah agar cepat laku.

Hal ini tidak sesuai dengan teori tentang faktor yang menjadi pertimbangan dalam penetapan harga yang ditemukan peneliti pada pembahasan sebelumnya. Adapun alasan para pembuat batu-bata yang harga jualnya dipengaruhi oleh kondisi ekonomi ialah karena kebutuhan yang mendesak sehingga harus segera mendapatkan uang dengan menjual batu-bata secara cepat.

### 3. Tinjauan Ekonomi Syariah dalam Penetapan Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang

Syariah mempunyai tujuan yang hakiki yaitu menjadi tolok ukur bagi manusia dalam rangka mencapai kebahagiaan hidup. Pembuat hukum yang sesungguhnya hanyalah Allah dengan tujuan untuk kemashlahatan manusia. Mashlahat juga dapat diartikan sebagai maqashid, sehingga maqashid syariah adalah merealisasikan mashlahat setiap manusia dan menghindarkan mafsadah dari mereka.<sup>102</sup> Syari'ah menjelaskan halal-haram, menegakkan keadilan, mengatur hubungan manusia dengan sesama manusia atas dasar ukhuwah, persamaan, keadilan dan saling melaksanakan hak dan kewajiban. Disamping itu juga terdapat sanksi bagi yang menyeleweng dari aturan Allah.<sup>103</sup>

Penetapan harga dalam ekonomi Islam merupakan penentuan harga dengan mendasarkan pada tata aturan moral dan etika syariah untuk mencapai tujuan dari syariah Islam itu sendiri, yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>104</sup>

---

<sup>102</sup> Andi Rio Makkulau dan M Wahyuddin Abdullah, "Penerapan Prinsip Syariah dalam Akad Pembiayaan Murabahah pada Bank Muamalat", *Jurnal Iqtisadunah*, 3.1 (2017).

<sup>103</sup> Abdul Hamid dan Muhammad Kamal Zubair, "Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah", *Jurnal Balanca*, 1.1 (2019).

<sup>104</sup> Euis Amalia, 'Mekanisme Pasar Dalam Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 5.1 (2015)

Penetapan harga dalam Islam memberi kebebasan kepada pemeluknya untuk menentukan harga jual selama tidak merugikan pembeli. Kerena itu, penetapan harga jual dalam Islam biasanya diserahkan kepada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Prinsip dasar dalam Islam mengenai transaksi jual beli adalah kesepakatan antara penjual dan pembeli atas dasar suka sama suka.

Nabi tidak menetapkan harga jual, dengan alasan bahwa dengan menetapkan harga akan mengakibatkan kezaliman, sedangkan zalim adalah haram. Karena jika harga yang ditetapkan terlalu mahal, maka akan menzalimi pembeli, dan jika harga yang ditetapkan terlalu rendah, maka akan menzalimi penjual. Prinsip dasar dalam ekonomi Islam adalah kebebasan berusaha yang dibarengi dengan kesadaran untuk menjaga batas-batas aturan yang ditetapkan syariat.

Informasi yang peneliti dapatkan dari informan di Labili-bili Kabupaten Pinrang tentang tinjauan ekonomi Syariah dalam penetapan harga jual batu-batanya yang mengacu pada prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam mengenai transaksi jual beli.

Adapun hasil peneliti yang didapatkan di lapangan tentang tinjauan ekonomi Syariah dalam penetapan harga jual batu-bata, terdapat temuan yaitu:

a. Harga berbasis keridhaan

Ridha secara bahasa menerima dengan suka hati, secara istilah diartikan sikap menerima atas pemberian dan anugerah yang diberikan oleh Allah dengan di iringi sikap menerima ketentuan syariat Islam secara ikhlas dan penuh ketaatan, serta menjauhi dari perbuatan buruk, baik lahir maupun batin. Ar-Ridha yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak.<sup>105</sup>

---

<sup>105</sup> Hasna Nur Afifah, “Analisis Prinsip-Prinsip Penetapan Harga Menurut Pandangan Hukum Islam dan Ibnu Khaldun”, (Skripsi, Universitas Islam Bandung, 2016), h. 50.

Hasil temuan peneliti yang didapatkan di lapangan menunjukkan bahwa penetapan harga yang dilakukan pembuat batu-bata sudah sesuai dengan konsep penetapan harga berbasis keridhaan dalam ekonomi Syariah karena harga yang ditetapkan sesuai kerelaan dari pihak penjual dan pembeli. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan informan yang mengatakan bahwa harga jual disepakati atas dasar kerelaan suka sama suka, pembeli bersedia membayar harga yang ditawarkan penjual begitu juga dengan penjual yang menerima harga yang ditawarkan pembeli.

Hal tersebut sesuai dengan konsep penetapan harga jual dalam Islam biasanya diserahkan kepada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Prinsip dasar dalam Islam mengenai transaksi jual beli adalah kesepakatan antara penjual dan pembeli atas dasar suka sama suka.

b. Harga berbasis keadilan

Menurut Ibnu Taimiyah, harga yang adil pada hakikatnya telah ada digunakan sejak awal kehadiran Islam, Al Qur'an sendiri sangat menekankan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Harga yang adil menurut Ibn Taimiyyah adalah "Nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya dan diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu."<sup>106</sup>

Hasil temuan peneliti yang didapatkan di lapangan menunjukkan bahwa penetapan harga yang dilakukan pembuat batu-bata di Labili bili sebagian belum sesuai dengan konsep penetapan harga berbasis keadilan dalam ekonomi Syariah karena harga yang ditetapkan tidak lagi memikirkan keuntungan, kerugian ataupun kualitas batu-batanya hanya semata mata bagaimana membuat batu-bata itu cepat

---

<sup>106</sup> Muhammad Aziz Hakim, *Briefcase Book Edukasi Profesional Syariah Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005), h. 345.

laku dan segera mendapatkan uang, hal tersebut tentu saja merugikan diri sendiri jika tidak memperhitungkan keuntungan dan kerugian, kemudian kualitas yang buruk juga akan merugikan pihak pembeli. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan informan yang mengatakan bahwa asal batu-bata yang dijual bisa cepat laku maka tidak lagi memikirkan untung dan ruginya ataupun kualitas batu-bata.

Hal tersebut karena dalam penetapan harga berbasis keadilan yaitu harga yang tidak menimbulkan eksploitasi, kezaliman, tidak merugikan pihak manapun, dan manfaat produk secara adil. Harga yang adil menurut Ibn Taimiyyah adalah nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya dan diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu.

Sebagaimana firman Allah Swt yang tercantum pada QS. Hud/11:113 yang berbunyi:

وَلَا تَرْكَبُوا إِلَى الَّذِينَ ظَلَمُوا فَنَمَسْكُمُ النَّارُ وَمَا لَكُم مِّن دُونِ اللَّهِ مِنْ أَوْلِيَاءَ ثُمَّ لَا تُنصَرُونَ

Terjemahnya:

Janganlah kamu cenderung kepada orang-orang yang zalim sehingga menyebabkan api neraka menyentuhmu, sedangkan kamu tidak mempunyai seorang penolongpun selain Allah, kemudian kamu tidak akan diberi pertolongan.<sup>107</sup>

Jadi, dalam menetapkan harga pun haruslah bersikap adil sehingga tidak ada pihak yang di dzhalimi. Karena Islam juga mengharamkan kezaliman. Bahkan, Allah mencegah dari pada cenderung atau menyokong perbuatan zalim walaupun ia dilakukan oleh orang lain.

c. Harga berbasis kejujuran

<sup>107</sup> Kementerian Agama RI, Al-Quran dan Terjemahan, h. 234.

Kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat luas.<sup>108</sup>

Hasil temuan peneliti yang didapatkan di lapangan menunjukkan bahwa penetapan harga yang dilakukan pembuat batu-bata sudah sesuai dengan konsep penetapan harga berbasis keadilan dalam ekonomi Syariah karena harga yang ditetapkan tidak dipengaruhi oleh banyaknya permintaan akan batu-bata tetapi lebih ke cuaca atau musim, dimana saat musim hujan harga jual batu-bata memang mengalami kenaikan berdasarkan pada biaya dan tenaga yang dikeluarkan juga lebih banyak serta lambat dan sulitnya produksi batu-bata yang membuat harga menjadi sedikit lebih mahal. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan informan yang mengatakan bahwa kenaikan harga dimusim hujan dikarenakan sulitnya produksi batu-bata dan biaya yang dikeluarkan juga bertambah.

Hal tersebut sesuai dengan penetapan harga jual dalam perspektif nilai kejujuran dalam Islam mengisyaratkan bahwa, harga jual yang telah ditetapkan oleh penjual tidak boleh direvisi penjual dengan menaikkan harganya. Meskipun pembeli bersedia (ridha) menerima perubahan harga tetapi penjual tidak diperkenankan untuk menaikkan harga karena penjualan semacam ini telah melanggar niat yang telah diikrarkannya. Kenaikan harga jual diperkenankan apabila produk yang diproduksi mengalami kenaikan biaya masukan.

---

<sup>108</sup> Ahmad Dakhoir dan Istla Yunisva, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar: Refleksi Ibnu Taimiyah*, (Yogyakarta: Laksbang Pressindo, 2017), h. 6.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Siti Muslihatun<sup>109</sup> menyatakan bahwa prinsip ekonomi Islam dimana harga yang ditetapkan tidak mendzalimi pembeli . Hal tersebut karena dalam penetapan harga berbasis keadilan yaitu harga yang tidak menimbulkan eksploitasi, kedzaliman, tidak merugikan pihak manapun, dan manfaat produk secara adil.



---

<sup>109</sup> Siti Muslihatun, “Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dan Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Fotocopy dan Percetakan Ammey)”, (Skripsi Sarjana: Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam: Bengkulu, 2017), h. 68.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di lapangan mengenai penetapan harga penjualan batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Mekanisme penetapan harga penjualan batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang. Berdasarkan teori metode penetapan harga, maka hasil yang diperoleh dari penelitian ini dalam menentukan harga jual batu-bata di Labili bili ialah menggunakan metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, dan berbasis pesaing.
2. Penetapan harga jual pembuat batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berdasarkan teori faktor-faktor yang mempengaruhi harga, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa faktor biaya, harga pesaing, cuaca, dan kondisi ekonomi menjadi pertimbangan pembuat batu-bata dalam menetapkan harga jual.
3. Tinjauan ekonomi Syariah dalam penetapan harga penjualan batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang. Strategi penetapan harga berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam yaitu penetapan harga berbasis keridhaan, keadilan, dan kejujuran. Dalam pelaksanaannya harga jual yang ditetapkan oleh pembuat batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Terdapat faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harganya yaitu berdasarkan kondisi ekonomi pembuat batu-bata yang apabila mengalami

desakan ekonomi maka beberapa dari pembuat batu-bata dalam penetapan harga jualnya tidak sesuai dengan prinsip Syariah.

#### B. **Saran**

Penetapan harga penjualan batu-bata yang ada di Labili bili Kabupaten Pinrang tersebut belum sepenuhnya terlaksana dengan baik, dan terdapat sedikit masukan yang penulis ingin sebutkan. Penulis berharap saran ini dapat berguna sebagaimana mestinya bagi para pihak yang melakukan penjualan batu-bata dan para pembaca skripsi ini. Saran penulis adalah dalam menentukan harga jual sebaiknya dilakukan secara jelas dengan memperhitungkan biaya, melihat harga pasar, serta melihat permintaan akan batu-bata itu seperti yang telah dilakukan oleh sebagian pembuat batu-bata lainnya. Pihak pembuat batu-bata yang terkendala kondisi ekonomi sebaiknya jika ingin menjual batu-bata tetap mempertimbangkan biaya yang telah dikeluarkan agar bisa untung dan tidak merugikan diri sendiri serta orang lain, saling mengerti dan menghargai sesama pembuat batu-bata. Kemudian saat musim kemarau lebih ditingkatkan lagi kuantitas produksinya.

## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Qur'an Al karim*

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, 2016, *Manajemen Pemasaran*, Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Afifah, Nur Hasna, 2016, “Analisis Prinsip-Prinsip Penetapan Harga Menurut Pandangan Hukum Islam dan Ibnu Khaldun”, Skripsi, Universitas Islam Bandung.
- Albi, A J S, 2018, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak Publisher.
- Ali, M. Hasan, 2003, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Depok: RajaGrafindo Persada.
- Alimuddin, 2010, “Meretas Nilai-nilai Islam untuk Menetapkan Harga Jual” Dipresentasi pada Seminar Hasil Penelitian Disertasi Doktor yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan Nasional, Jakarta.
- Al-Zhaili, Wahbab, 2011, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu 4*, Jakarta: Darul Fikr.
- Amalia, Euis, 2015 ‘Mekanisme Pasar Dalam Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam’, *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 5.1.
- Amn, Muhammad Suma, 2008, *Ekonomi & Keuangan ISLAM: Menggali Akar, Mengurangi Serat*, Tangerang: Kholam Publishing.
- Amstrong, Kotler, 2003, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid Satu*, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Ananda, Riski, 2016, ‘Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Studi Kasus Home Industry Keripik Di Kelurahan Kubu Gadang’, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3.2.
- Ansori, Ahmad Insyah, 2013 ‘Aktivitas Bisnis Perspektif Ibn Taimiyah’, *At-Tahtzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 1.1.
- Aziz, Muhammad Hakim, 2005, *Briefcase Book Edukasi Profesional Syariah Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, Jakarta: Renaisan.
- Dakhoir, Ahmad dan Istla Yunisva, 2017, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar: Refleksi Ibnu Taimiyah*, Yogyakarta: Laksbang Pressindo
- Dewantoro, Sukarno, 2015, *Strategi Penetapan Harga pada PT Madubaru Bantul*,

- Skripsi Sarjana: Jurusan Ekonomi; Yogyakarta.
- Gonibala Rukmini *et al.*, eds., 2020, *Tradisi Katoba Pada Masyarakat Etnis Muna: Makna, Nilai, dan Strategi Pelestariannya*, Deepublish.
- Hadi, Sutrisno, 1981, *Metode Research*, Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Hakim, Lukman, 2012, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Surakarta: Penerbit Erlangga.
- Hamid, Abdul dan Muhammad Kamal Zubair, 2019 “Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah”, *Jurnal Balanca*, 1.1.
- Hardani, Hikmatul, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, and others, 2020, ‘Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif’, *Yogyakarta: Pustaka Ilmu*.
- Hayati, Nur dan Ali Imran Sinaga, 2018, *Fiqh dan Ushul Fiqh*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Irawan, Dharmesta, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Kedua*, Yogyakarta: Liberty.
- K, Amiruddin, 2002, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Karim, Adiwarmazwar, 2012, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kasmir, 2007, *Kewirausahaan*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir, 2014, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas*, Diterjemahkan Oleh Bambang Sariji, dari judul asli Marketing Management, Jakarta: PT Indeks, Jilid 2.
- Kotler, Philips, 1998, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol* Jakarta: PT Prehallindo.
- Makkulau, Andi Rio dan M Wahyuddin Abdullah, 2017 “Penerapan Prinsip Syariah dalam Akad Pembiayaan Murabahah pada Bank Muamalat”, *Jurnal Iqtisadunah*, 3.1.
- Moelong, Lexy J, 2006, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rusda Karya.
- Muslihatun, Siti, 2017, “Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dan Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Studi Pada Fotocopy dan Percetakan Ammey”, Skripsi Sarjana: Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam: Bengkulu.
- Norvadewi, 2015, *Bisnis dalam Perspektif Islam, Telaah Konsep, Prinsip dan*

- Landasan Normatif), *Jurnal Al-Tijary* IAIN Samarinda.
- Nuryadin, Muhammad Birusman, 2007 “Harga dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, 4.1.
- R, Kaulla, *Theory of the Just Price*, 1940, terjemahan bahasa Inggris oleh Robert D. Hogg London: George Allen.
- Rahman, Afzalur, 1995, *Doktrin ekonomi Islam* Jilid I, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Rosyidi, Suherman, 2011, *Penghantar Teori Ekonomi Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, Jakarta:Raja Wali Pres.
- Rozalinda, 2014, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Rozalinda, 2016, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Saharani, Mayza Salsabila, Umaima, 2021 “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pembulatan Harga Pada Usaha Jasa Laundry Alami Kota Parepare”, *Balanca: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3.2.
- Secapramana, Verina, 2017 ‘Model Dalam Strategi Penetapan Harga’, *Unitas*, 9.1.
- Serunting, Muhammad Ismail Ali, 2017, “Strategi Penetapan Harga di ATK CV Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, *Skripsi Sarjana: Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam: Palembang*.
- Setianingrum, Ari dan Jusuf Udaya & Efendi, 2007, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI.
- Subandi, 2014, *Sistem Ekonomi Indonesia*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarli, Achmad Slamet, ‘Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi Dan Laba Yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng Pres’, *Dinamika*, 11.2, 2002.
- Syafei, Rachmat, 2000, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy, 2017, *Strategi Pemasaran*, Edis 4, Jakarta: Penerbit ANDI.
- Urrokhmah, Tati, 2018, “Strategi Penetapan Harga dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Kayla Fashion Serba 35.000 Purwokerto”, *Skripsi Sarjana: Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam: Purwokerto*.

# LAMPIRAN-LAMPIRAN





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN**

NAMA MAHASISWA : AULIA RANDI  
 NIM : 19.2400.005  
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 PRODI : EKONOMI SYARIAH  
 JUDUL : TINJAUAN EKONOMI SYARIAH DALAM  
 PENETAPAN HARGA PENJUALAN BATU-BATA  
 DI LABILI-BILI KABUPATEN PINRANG

**PEDOMAN WAWANCARA**

- 1. Subyek penelitian (Pengrajin batu-bata)**
  - a. Sejak kapan Bapak/Ibu menekuni usaha batu-bata ini?
  - b. Mengapa Bapak/Ibu memilih usaha batu-bata?
  - c. Adakah standar harga penjualan yang ditetapkan antara pengrajin batu-bata?
  - d. Bagaimana cara Bapak/Ibu menetapkan harga jual batu-bata?
  - e. Faktor apa saja yang mempengaruhi serta yang menjadi pertimbangan dalam menetapkan harga jual batu-bata Bapak/Ibu?
- 2. Bagaimana metode dalam menetapkan harga jual batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang?**
  - a. Penetapan harga berbasis permintaan
    - 1) Apakah Bapak/Ibu menetapkan harga jual sesuai dengan kesediaan yang dibayar pembeli?

- 2) Apakah kualitas batu-bata berpengaruh dalam penetapan harga dan minat beli konsumen?
  - b. Penetapan harga berbasis biaya
    - 1) Apakah Bapak/Ibu menjual batu-bata impas dengan biaya dan tenaga yang dikeluarkan?
    - 2) Apakah penetapan harga selama ini sudah menutupi biaya produksi?
  - c. Penetapan harga berbasis persaingan
    - 1) Apakah dalam menetapkan harga memiliki keseragaman dengan pesaing?
    - 2) Apakah Bapak/Ibu menetapkan harga dibawah harga pesaing?
  - d. Penetapan harga berbasis laba
    - 1) Apakah Bapak/Ibu memperkirakan berapa banyak batu-bata yang harus dijual untuk menutupi biaya produksi yang akan datang dan mencapai laba yang diinginkan?
- 3. Faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan dalam penetapan harga jual batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang?**
- a. Faktor biaya
    - 1) Apakah Bapak/Ibu mempertimbangkan besaran biaya pembuatan batu-bata dengan harga jual yang ditetapkan?
  - b. Faktor pesaing
    - 1) Apakah harga penjual batu-bata lain mempengaruhi harga jual Bapak/Ibu?
  - c. Faktor cuaca
    - 1) Berapa harga batu-bata Bapak/Ibu disetiap musim?
    - 2) Apakah harga jual batu bata Bapak/Ibu relatif sama pada musim musim tertentu?
    - 3) Bagaimana pertimbangan Bapak/Ibu dalam menentukan harga jual pada musim hujan dan kemarau?
  - d. Faktor ekonomi

- 1) Bagaimana Bapak/Ibu menetapkan harga jual ketika perekonomian tidak stabil?

**4. Bagaimana tinjauan Syariah dalam penetapan harga penjualan batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang**

- a. Penetapan harga berbasis keridhaan
  - 1) Apakah Bapak/Ibu dalam menetapkan harga jual sudah sesuai dengan yang diharapkan?
  - 2) Dalam proses pelaksanaannya, apakah harga jual yang ditetapkan bisa diterima oleh pihak penjual dan pembeli tanpa ada yang merasa dirugikan?
- b. Harga berbasis keadilan
  - 1) Apakah menurut Bapak/Ibu harga yang ditetapkan sudah adil bagi pihak penjual maupun pembeli?
  - 2) Apakah harga jual yang ditetapkan sepadan dengan kualitas batu-bata yang ditawarkan?
- c. Harga berbasis kejujuran
  - 1) Apakah Bapak/Ibu menaikkan harga jual jika banyak permintaan akan batu-bata?
  - 2) Bagaimana Bapak/Ibu menetapkan harga jual apabila terjadi kelangkaan batu-bata?

Parepare, 6 Juni 2023

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

  
Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I.  
NIP 19700627 200501 1 005

  
Umaima S.Sy., M.El.  
NIP 19890717 201801 2 002

## Surat izin melaksanakan penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100, website: [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id), email: [mail@iainpare.ac.id](mailto:mail@iainpare.ac.id)

Nomor : B.2309/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/2023  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI PINRANG  
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
Di  
KABUPATEN PINRANG

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : AULIA RANDI  
Tempat/ Tgl. Lahir : LABILI-BILI 31 JULI 2001  
NIM : 19.2400.005  
Fakultas/ Program Studi : EKONOMI SYARIAH  
Semester : VIII (DELAPAN)  
Alamat : LABILI-BILI, KELURAHAN TELLUMPANUA, KECAMATAN SUPPA, KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KABUPATEN PINRANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

**TINJAUAN EKONOMI SYARIAH DALAM PENETAPAN HARGA PENJUALAN BATU BATA DI LABILI-BILI KABUPATEN PINRANG**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Mei sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*

Parepare, 09 Mei 2023  
Dekan,



Muzdalifah Muhammadun

## Surat rekomendasi melakukan penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pinrang



**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
**UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
**Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212**

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL  
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**  
 Nomor : 503/0286/PENELITIAN/DPMPPTSP/05/2023

Tentang

**REKOMENDASI PENELITIAN**

- Menimbang** : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 10-05-2023 atas nama AULIA RANDI, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Rekomendasi Penelitian.
- Mengingat** : 1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;  
 2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;  
 3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;  
 4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;  
 5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;  
 6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;  
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;  
 8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan  
 9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.
- Memperhatikan** : 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0536/RT.Teknis/DPMPPTSP/05/2023, Tanggal : 10-05-2023  
 2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0286/BAP/PENELITIAN/DPMPPTSP/05/2023, Tanggal : 10-05-2023

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan** :  
**KESATU** : Memberikan Rekomendasi Penelitian kepada :  
 1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE  
 2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 08 SOREANG, PAREPARE  
 3. Nama Peneliti : AULIA RANDI  
 4. Judul Penelitian : TINJAUAN EKONOMI SYARIAH DALAM PENETAPAN HARGA PENJUALAN BATU BATA DI LABILI-BILI KABUPATEN PINRANG  
 5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan  
 6. Sasaran/target Penelitian : MASYARAKAT  
 7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Suppa
- KEDUA** : Rekomendasi Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 10-11-2023.
- KETIGA** : Peneliti wajib menaati dan melakukan ketentuan dalam Rekomendasi Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.
- KEEMPAT** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 10 Mei 2023



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :  
**ANDI MIRANL AP., M.Si**  
 NIP. 197406031993112001  
**Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP**  
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

**Biaya : Rp 0,-**



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG  
KECAMATAN SUPPA

Jl. BauMassepe No. 4. Tlp 3313598

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 133/KSP/VI/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini, Camat Suppa menerangkan bahwa :

Nama : **AULIA RANDI**  
 NIM : 19.2400.005  
 Jenis kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan/Program : Mahasiswa / Ekonomi Syariah  
 Alamat : Labili-bili, Kel. Tellumpanua, Kec. Suppa, Kab. Pinrang

Sepanjang pengetahuan kami sampai dengan surat keterangan ini dibuat benar telah melaksanakan penelitian di wilayah Kelurahan Tellumpanua Kecamatan Suppa Kabupaten Pinrang dalam rangka Penyusunan Skripsi dengan judul **"TINJAUAN EKONOMI SYARIAH DALAM PENETAPAN HARGA PENJUALAN BATU BATA DI LABILI-BILI KABUPATEN PINRANG"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Majennang, 21 Juni 2023

CAMAT SUPPA,

  
 A. M. RANDI, S.Sos  
 NIP. 19820126 200212 1 004

## Surat keterangan wawancara

### SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : **NASIR**  
 Tempat, Tanggal Lahir : **LABILI BILI, 6/2/1978**  
 Jenis Kelamin : **LAKI-LAKI**  
 Agama : **ISLAM**  
 Pekerjaan : **PEMUBUAT BATU-BATA**

Menerangkan bahwa

Nama : **Aulia Randi**  
 Nim : **19.2400.005**  
 Alamat : **Labili bili**  
 Judul Penelitian : **Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan  
 Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili  
 Kabupaten Pinrang.**

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi sebagai penelitian dalam tugas akhir kuliah.

Surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 19 Juni 2023

  
 ( **Nasir** )  
 Responden/ Narasumber

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : DARAWISAH  
Tempat, Tanggal Lahir : PARENGKI, 27/9/1986  
Jenis Kelamin : PEREMPUAN  
Agama : ISLAM  
Pekerjaan : PEMBUAT BATU-BATA

Menerangkan bahwa

Nama : Aulia Randi  
Nim : 19.2400.005  
Alamat : Labili bili  
Judul Penelitian : Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan  
Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili  
Kabupaten Pinrang.

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi sebagai penelitian dalam tugas akhir kuliah.

Surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 19 Juni 2023

**PAREPARE**

  
( DARAWISAH )  
Responden/ Narasumber

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : BASIAH  
 Tempat, Tanggal Lahir : LABILI-BILI, 3/12/1972  
 Jenis Kelamin : PEREMPUNAN  
 Agama : ISLAM  
 Pekerjaan : PENJUAL BATU-BATA

Menerangkan bahwa

Nama : Aulia Randi  
 Nim : 19.2400.005  
 Alamat : Labili bili  
 Judul Penelitian : Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan  
 Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili  
 Kabupaten Pinrang.

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi sebagai penelitian dalam tugas akhir kuliah.

Surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 Juni 2023



( BASIAH )  
 Responden/ Narasumber

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : BASIAH  
Tempat, Tanggal Lahir : LABILI-BILI, 3/12/1972  
Jenis Kelamin : PEREMPUNAN  
Agama : ISLAM  
Pekerjaan : PENBUAH BATU-BATA

Menerangkan bahwa

Nama : Aulia Randi  
Nim : 19.2400.005  
Alamat : Labili bili  
Judul Penelitian : Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan  
Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili  
Kabupaten Pinrang.

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi sebagai penelitian dalam tugas akhir kuliah.

Surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 Juni 2023



( BASIAH )  
Responden/ Narasumber

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : HENDRA  
Tempat, Tanggal Lahir : PARE-PARE . 16/3/1972  
Jenis Kelamin : LAKI - LAKI  
Agama : ISLAM  
Pekerjaan : PEMBUAT BATU-BATA

Menerangkan bahwa

Nama : Aulia Randi  
Nim : 19.2400.005  
Alamat : Labili bili  
Judul Penelitian : Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan  
Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili  
Kabupaten Pinrang.

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi sebagai penelitian dalam tugas akhir kuliah.

Surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 Juni 2023

( HENDRA )  
Responden/ Narasumber

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : NUR BATA  
 Tempat, Tanggal Lahir : LABILI-BILI, 31/12/1981  
 Jenis Kelamin : PEREMPUAN  
 Agama : ISLAM  
 Pekerjaan : PEMBUAT BATU-BATA

Menerangkan bahwa

Nama : Aulia Randi  
 Nim : 19.2400.005  
 Alamat : Labili bili  
 Judul Penelitian : Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan  
 Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili  
 Kabupaten Pinrang.

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi sebagai penelitian dalam tugas akhir kuliah.

Surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 21 Juni 2023

**PAREPARE**

  
 ( NUR BATA )  
 Responden/ Narasumber

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : SENNANG  
 Tempat, Tanggal Lahir : PATOMMO, 21/11/1975  
 Jenis Kelamin : PEREMPUAN  
 Agama : ISLAM  
 Pekerjaan : PENJUAL BATU-BATA

Menerangkan bahwa

Nama : Aulia Randi  
 Nim : 19.2400.005  
 Alamat : Labili bili  
 Judul Penelitian : Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan  
 Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili  
 Kabupaten Pinrang.

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi sebagai penelitian dalam tugas akhir kuliah.

Surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 21 Juni 2023

**PAREPARE**

  
 ( SENNANG )  
 Responden/ Narasumber

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : LIKO  
 Tempat, Tanggal Lahir : LABILI-BILI, 1/3/1973  
 Jenis Kelamin : LAKI-LAKI  
 Agama : ISLAM  
 Pekerjaan : PENBUAT BATU-BATA

Menerangkan bahwa

Nama : Aulia Randi  
 Nim : 19.2400.005  
 Alamat : Labili bili  
 Judul Penelitian : Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan  
 Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili  
 Kabupaten Pinrang.

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi sebagai penelitian dalam tugas akhir kuliah.

Surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 22 Juni 2023

  
 ( LIKO )

Responden/ Narasumber

**SURAT KETERANGAN WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : **SUMIATI**  
Tempat, Tanggal Lahir : **MANASA, 31/12/1973**  
Jenis Kelamin : **PEREMPUAN**  
Agama : **ISLAM**  
Pekerjaan : **PEMBUAT BATU-BATA**

Menerangkan bahwa

Nama : **Aulia Randi**  
Nim : **19.2400.005**  
Alamat : **Labili bili**  
Judul Penelitian : **Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan  
Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili  
Kabupaten Pinrang.**

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi sebagai penelitian dalam tugas akhir kuliah.

Surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 22 Juni 2023



( **SUMIATI** )  
Responden/ Narasumber

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : KATI  
Tempat, Tanggal Lahir : LABU-BU, 31/12/1969  
Jenis Kelamin : PEREMPUAN  
Agama : ISLAM  
Pekerjaan : PEMBUAT BATU BATA

Menerangkan bahwa

Nama : Aulia Randi  
Nim : 19.2400.005  
Alamat : Labili bili  
Judul Penelitian : Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Penetapan  
Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili  
Kabupaten Pinrang.

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi sebagai penelitian dalam tugas akhir kuliah.

Surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 22 Juni 2023



( KATI )  
Responden/ Narasumber

Wawancara dengan bapak Nasir selaku pembuat batu-bata di Labili bili Kabupaten  
Pinrang



Wawancara dengan Ibu Basiah



Wawancara dengan Bapak Hendra



Wawancara dengan Ibu Darawisah



Wawancara dengan Bapak Liko



Wawancara dengan Ibu Sennang



Wawancara dengan Ibu Sumiyati



Wawancara dengan Ibu Kati



Wawancara dengan Ibu Baya



Wawancara dengan Ibu Nursiyah



Lokasi pembuatan batu-bata



Kantor Kecamatan Suppa



Struktur organisasi Kecamatan Suppa





### BIODATA PENULIS

AULIA RANDI Lahir pada tanggal 31 Juli 2001 di Labili-bili Kecamatan Suppa Kabupaten Pinrang. Anak pertama dari pasangan suami istri Bapak Damri dan Ibu Ratna. Penulis pertama kali menempuh pendidikan di SDN 228 Labili-bili dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 2 Parepare dan lulus pada tahun 2016. Setelah tamat, penulis melanjutkan Pendidikan di SMK Negeri 2 Parepare dan lulus pada tahun 2019. Kemudian Pada tahun 2019 penulis terdaftar sebagai mahasiswa strata satu (S1) Institut Agama Islam Negeri Parepare Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah. Penulis melaksanakan praktik pengalaman lapangan di Kantor PERINDAG (Dinas Perindustrian, Perdagangan & ESDM) Pinrang dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Bungi, Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang Sulawesi Selatan.

Dengan ketekunan, motivasi dan semangat yang besar untuk terus belajar dan mencoba. Penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Besar harapan saya dengan penulisan tugas akhir skripsi ini dapat memberikan dampak positif bagi dunia Pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga karena telah menyelesaikan strata satu (S1) di Institut Agama Islam Negeri Parepare Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah dengan judul skripsi "Tinjauan Ekonomi Syariah dalam Penetapan Harga Penjualan Batu-bata di Labili bili Kabupaten Pinrang".