

**EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK
PERUSAHAAN AQUAPHALANDRA FARM YOGYAKARTA
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

*(Evaluation of Pricing Sell its Products in Yogyakarta Aquaphalandra
Farm Islamic Economic Perspeptive)*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

PRADESTA BURHAN RAHMADI
11423048

**FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2016

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Pradesta Burhan Rahmadi
NIM : 11423048
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Perusahaan
Aquaphalandra Fam Yogyakarta Perspektif Ekonomi
Islam

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil olagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lai, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sangsi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan

Yogyakarta, 14 Desember 2016



Pradesta Burhan Rahmadi



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gd. K.H.A. Wahid Hasyim Kampus Terpadu UII, Jl. Kaliurang KM. 14,5 Yogyakarta
Telp. (0274) 898462, Fax. 898463, E-Mail: fiai@uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 18 Januari 2017
Judul Skripsi : Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta Dalam Perspektif Ekonomi Islam
Disusun oleh : PRADESTA BURHAN RAHMADI
Nomor Mahasiswa : 11423048

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua : Dr. Siti Achiria, SE, MM
Penguji I : Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag
Penguji II : Martini Dwi Pusparini, S.H.I., M.S.I.
Pembimbing : H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec.

Yogyakarta, 19 Januari 2017
Dekan,

Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA

- Syari'ah/Ahwal Al-Syakhshiyah, Akreditasi A berdasarkan SK No. 112/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2015
- Pendidikan Agama Islam, Akreditasi A berdasarkan SK No. 502/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2015
- Ekonomi Islam, Akreditasi B berdasarkan SK No. 372/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2014

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Pradesta Burhan Rahmadi
Nomor Mahasiswa : 11423048
Judul Penelitian : Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Perusahaan
Aquaphalandra Farm Yogyakarta Dalam Perspektif Ekonomi
Islam

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 14 Desember 2016


H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec

NOTA DINAS

Hal : SKRIPSI

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr Wb

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 192/Dek/60/DAS/FIAI/VI/2015 tanggal 27 Juni 2015 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama Mahasiswa : Pradesta Burhan Rahmadi

Nomor Pokok/NIMKO : 11423048

Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam

Tahun Akademik : 2014/2015

Judul Skripsi : Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Perusahaan

Aquaphalandra Farm Yogyakarta Dalam Perspektif

Ekonomi Islam

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga) eksemplar skripsi yang dimaksud.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Dosen Pembimbing,


H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini teruntuk kedua orang

tua ku yang tidak henti hentinya memberikan

dukungan dan doanya

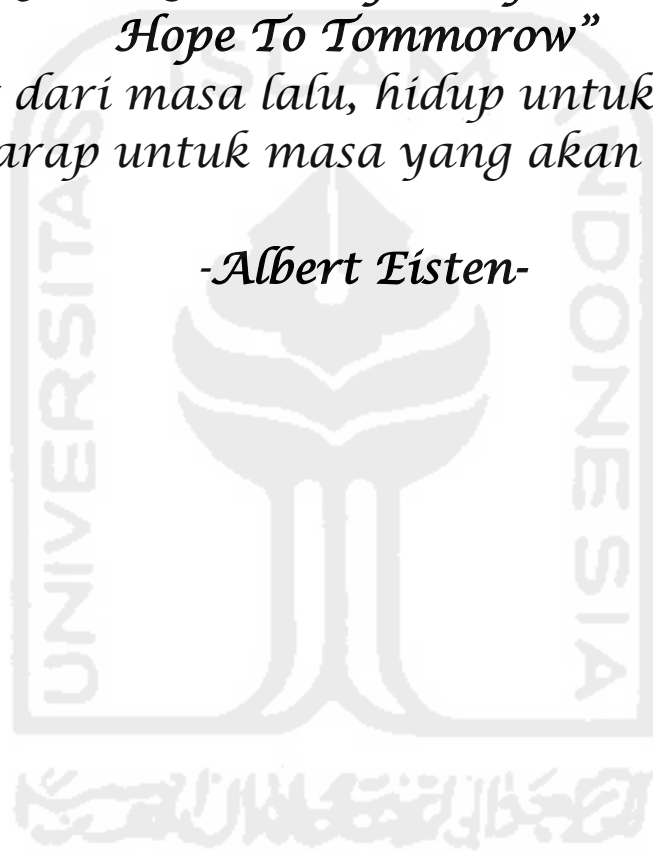


MOTTO

*“learn From Yesterday, live for Today, And
Hope To Tommorow”*

*“belajar dari masa lalu, hidup untuk masa kini,
berharap untuk masa yang akan datang”*

-Albert Einstein-



ABSTRAK
**Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Perusahaan Aquaphalandra Farm
Yogyakarta Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Oleh :
Pradesta Burhan Rahmadi
11423048

Penelitian tentang evaluasi penentuan harga jual produk mulai mendapatkan perhatian khusus. Penelitian berfokus pada evaluasi penentuan harga jual produk perspektif Ekonomi Islam. Belum banyak penelitian yang mengupas tentang evaluasi penentuan harga jual produk perspektif ekonomi Islam. Secara umum penentuan harga jual produk di pengaruhi beberapa hal, seperti permintaan konsumen, kondisi pasar, dan produksi. Dengan mengevaluasi penentuan harga jual produk diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam mengevaluasi penentuan harga jual produk secara baik dan benar. Selain itu, dapat berguna sebagai pengembangan ilmu pengetahuan mengenai pentingnya penentuan harga jual produk secara ekonomi Islam bagi pelaku usaha bisnis kreatif dan masyarakat luas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta dalam menentukan harga jual perspektif ekonomi Islam dan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan ekonomi Islam khususnya penentuan harga jual produk. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode pengambilan data yang digunakan dengan cara observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi dengan perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta sebagai narasumber. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta menerapkan penentuan harga jual produk secara adil, tidak berlebihan dengan melihat kondisi pasar mengenai naiknya harga karena pasar sesuai dengan regulasi penentuan harga jual perspektif ekonomi Islam.

Kata kunci: Penentuan Harga Jual, Ekonomi Islam, Faktor

ABSTRACT

**Selling Price Evaluation Products Company Aquaphalandra Farm Yogyakarta
In Islam Economic Perspective**

From :

Pradesta Burhan Rahmadi

11423048

Research on evaluation of determining the selling price starts to get special attention. The research focuses on the evaluation of determining the selling price of products the perspective of Islamic Economics. Not much research that explores the evaluation of determining the selling price of products Economic perspective of Islam. In general, the determination of the selling price is influenced several things. Such as, consumer demand, market conditions and production. By evaluating the determination of the selling price is expected to be a material consideration in evaluating the company's determination of the selling price of the product is good and true. In addition, useful as the development of knowledge about the importance of determining the selling price of their products for businesses Ekonomi Islam creative business and the wider community. The purpose of this study was to analyze the factors that affect the company Aquaphalandra Farm Yogyakarta in determining the selling price and the perspective of Islamic Economics as a science development of Islamic Economics in particular the determination of the selling price. This study used descriptive qualitative method. The data collection method used by direct observation, interviews, and documentation with the company Aquaphalandra Farm Yogyakarta as a resource. The study concluded that the company Aquaphalandra Farm Yogyakarta applying determining the selling price is fair, not excessive. With market conditions regarding price increases because MARKET accordance with regulations determining the sale price of Economic perspective of Islam.

Keywords: Selling Price, Islamic Economics, Factor

KATA PENGANTAR



As-salāmu 'alaikum warahmatullāhi wabarakātuh

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ
وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ. وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى
مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ.

Alhamdulillahirabbil'alamīn, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah, kesempatan, dan kemudahan kepada kita semua dalam menjalankan amanah yang menjadi tanggung jawab kita. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya, karena berkat beliau kita dapat hijrah dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang seperti sekarang ini.

Tidak terasa waktu yang telah dilalui dan seperti menjadi mahasiswa baru yang berbondong mendaftarkan diri untuk bisa masuk ke universitas Islam Yogyakarta untuk mengejar impian dan menambah wawasan pengetahuan yang ada pada kampus tertua di kota Yogyakarta, begitu banyak kegiatan yang telah dilalui seperti kuliah pertama diambil langsung oleh rektor, kuliah reguler, organisasi intra kampus, kuliah kerja nyata dan samapi akhirnya akan wisuda oleh rektor kembali.

Begitu singkat waktu yang telah dilampai secara barakah selama berapa tahun silam ini yang banyak memberikan berbagai wawasan yang sangat bermanfaat dan begitu pula untuk diterapkan dimasa akan datang. Hal itu untuk bisa memberikan manfaat kepada masyarakat luas sebagai pengetahuan untuk orang banyak.

Sebagaimana disusunnya penelitian ini sebagai salah satu syarat kelulusan yang telah ditetapkan oleh UII, namun menyusun semua ini karena paham, UII memberikan ilmu pengetahuannya untuk bersikap ilmiah terhadap fenomena yang

terjadi pada masyarakat. Yang telah di teliti dalam sebuah penelitian, bukan hanya berkomentar pada yang tidak ada gunanya.

Ada kalanya penilitan ini diharapkan mendapat respon yang positif seluruh akademisi UII dan kepada pihak yang terkait. Dari itu banyak harapan agar kedepannya penelitian ini sebagai acuan yang bermanfaat untuk penerus penelitian ini. Bagi kaum ekonomi rabbani yang menyebarkan syiar membumikan Ekonomi Islam di bumi indonesia.

Sebuah ilmu untuk disadari selama menimba ilmu di Yogyakarta sebagai pacuan mahasiswa dan penulisan penelitian skripsi ini tidak lepas pada bimbingan, arahan dan dorongan agar semangat dan bantuan baik materi pun non materi dari berbagai pihak, sehingga yang telah di di buat dapat terlaksana dengan baik dan dapat menyelesaikan dengan waktu yang di targetkan. Oleh karena itu memberikan ucapan yang banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Islam Indonesia, Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc, beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. H. M. Tamyiz Mukharram, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Dra. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag. selaku pimpinan program studi Ekonomi Islam yang menaungi kami selama ini.
4. Bapak H. Nur Kholis, S.Ag,M.Sh.Ec selaku Dosen Pembimbing Skripsi kami yang tak pernah lelah mengalirkan ilmunya kepada kami.
5. Segenap dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis, semoga kemanfaatan ilmu yang diberikan dapat terus mengiringi penulis sampai akhir hayat.
6. Kedua orang tuaku yang selalu mendoakan anaknya yang terbaik yang tidak pernah bosan untuk memberikan nasihat nasihat kepada anaknya agar menjadi lebih baik.
7. Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan doanya sehingga selesainya studi S1 ini.

8. Sahabat serta teman – teman Wisma Kurnia, Crew CS Coffee Shop, Crew Bjongngopi, KKN unit 8, dan EKIS 2011 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga segala pencerahannya, bimbingan, doa dan pencerahan yang telah diberikan, semoga mendapatkn imbalan dari Allah SWT. Tidak lupa juga meminta maaf apabila selama melampaui studi ini terdapat perbuatan yang tidak di inginkan sengaja maupun tidak sengaja. Bahwa menyadari kemampuan sepenuhnya yang terbatas. Oleh karena itu, angat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi menyempurnakan penelitian ini. Dan akhir kata semoga mendapatkan manfaat bagi smua yang membaca penilitian ini dan membutuhkannya.

Wassalāmu 'alaikum warahmatullāhi wabarakātuh

Yogyakarta, 14 Desember 2016

Penulis,



Pradesta Burhan Rahmadi

TRANSLITERASI ARAB-LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA
Nomor: 158 Th. 1987
Nomor: 0543b/U/1987

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu pro gram penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab dipergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pem bakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas me rumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agamamenjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional. Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantudalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang adahubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut.

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan caramemberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

Berikut penjelasannya secara berurutan:

1. Konsonan

Dibawah in daftar huruf arab dan transliterasinya dangan huruf latin

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Š a	š	es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣ ad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍ ad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭ a	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍ a	ḏ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
—	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... يَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
... وَ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba
فَعَلَ - fa'ala

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
... اِ	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
... يِ	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
... وِ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla
رَمَى - ramā
قِيلَ - qīla
يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

- a. Ta'marbutah hidup
Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".
- b. Ta'marbutah mati
Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
- c. Kalau pada kata 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 الْأَطْفَالِ	- raudah al-atfāl
	- raudatul atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	- al-Madīnah al-Munawwarah
	- al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَة	- talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanā
نَزَلَ	- nazzala
الْبِرِّ	- al-birr
الْحَجِّ	- al-hajj
نُعَمَّ	- nu''ima

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterate-rasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيعُ	- al-badi'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئِي	- syai'un
إِنَّ	- inna
أَمْرْتُ	- umirtu
أَكَلَ	- akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn
	Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wal-mīzān
	Wa auf al-kaila wal mīzān

إبراهيم الخليل	Ibrāhīm al-Khalīl
	Ibrāhīmūl-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā
وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistatā’a ilaihi sabīla
	Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistatā’a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwala baitin wudi’a linnāsi lallaẓī bibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramadān al-laẓī unzila fīh al-Qur’ānu
	Syahru Ramadān al-laẓī unzila fīhil Qur’ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفُقِ الْمُبِينِ	Wa laqad ra’āhu bil-ufuq al-mubīn
	Wa laqad ra’āhu bil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdu lillāhi rabbil al-‘ālamīn
	Alhamdu lillāhi rabbilil ‘ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَقَتْحٌ قَرِيبٌ	Nasrun minallāhi wa fathun qarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillāhi al-amru jamī’an
	Lillāhil-amru jamī’an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāha bikulli syai’in ‘alīm

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Telaah Pustaka.....	5

BAB II LANDASAN TEORI

1. Evaluasi	9
2. Harga	9
a. Pengertian Harga	9
b. Penetapan Harga	10
c. Tujuan Penetapan Harga.....	11
1) Elastisitas harga Permintaan.....	12
2) Faktor Persaingan	13
3) Faktor Biaya	13
4) Faktor Lini Produk	13

3. Ekonomi Islam.....	14
a. Definisi Ekonomi Islam.....	14
b. Harga Dalam Perspektif Islam.....	15
c. Regulasi Penentuan Harga	19
1) Pandangan Harga di Tentukan Pasar	19
2) Pandangan Harga Yang di Atur	23
d. Penetapan Harga Oleh Rasulullah SAW	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian	26
B. Jenis Data.....	26
C. Sumber Data	26
D. Teknik Pengumpulan Data	27
a. Observasi/Pengamatan langsung	27
b. Wawancara.....	27
c. Dokumentasi	28
E. Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Sejarah Aquascape.....	30
B. Profil Perusahaan.....	32
1. Sejarah Perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta	32
2. Visi, Misi, dan Moto Perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta	35
3. Logo Perusahaan.....	36
4. Struktur Organisasi	36
5. Jenis Usaha Yang Dikelola.....	37
6. Pembagian Divisi Kerja Aquaphalandra Farm Yogyakarta.....	37
a. Produksi	37
b. Pemasaran	37
7. Produk Aquaphalandra Farm Yogyakarta	38

8. Daftar Harga Produk Aquaphalandra Farm Yogyakarta	42
a. Peralatan Aquarium	42
b. Tanaman Hias	42
C. Pembahasan	43
a. Pandangan Harga Ditentukan Pasar	44
b. Pandangan Harga yang Diatur	45
D. Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk	48
E. Analisis Penentuan Harga Jual Produk	50
1. Laporan Hasil Wawancara	50
a. Penentuan Harga Jual Produk Perusahaan	52
b. Pelayanan Perusahaan	53
2. Evaluasi Penentuan Harga Jual	54
a. Penentuan Harga Jual Secara Adil	55
b. Penentuan Harga Jual Dipengaruhi Oleh Kondisi Pasar	56
c. Penentuan Harga Jual Tidak Berlebihan	56
d. Naiknya Harga Karena Pasar	57
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	59
B. Saran dan Keterbatasan	60
DAFTAR PUSTAKA	
Daftar Pustaka	61
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Aquascape	32
Gambar 4.2 Logo Aquaphalandra Farm Yogyakarta.....	36
Gambar 4.3 Aneka Macam Jenis Aquascape.....	38
Gambar 4.4 Produk Perlengkapan Aquarium	39
Gambar 4.5 Produk Tanaman dan Batu	40
Gambar 4.5 Produk Aneka Macam Tanaman Hias	41



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peluang usaha industri kreatif memiliki hubungan dan keterkaitan satu sama lain. Di era saat ini, setelah terjadi pergantian masa dari pertanian dan mekanisasi lalu industrialisasi, dengan adanya kemajuan perkembangan informasi dan teknologi para pelaku usaha dituntut untuk lebih *kreatif*.

Hal ini merupakan momentum yang sangat tepat mengingat telah terjadinya pergeseran dan transformasi pola, yaitu pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang seiring waktu akan menjadi faktor pendorong, baik itu mendorong maju, maupun mendorong mundur tingkat perekonomian dan kesejahteraan secara umum.

Berdasarkan pengertian kata dasarnya, industri merupakan proses menciptakan barang dan jasa yang mempunyai nilai tambah. Sedangkan kreatif yaitu proses menciptakan sesuatu. Industri kreatif merupakan salah satu bentuk industri yang menciptakan, memanfaatkan dan memodifikasi sumber daya atau bahan kelola yang sifatnya inovatif. Dalam kata lain pada suatu titik waktu akan terjadi lagi penciptaan-penciptaan produk, desain dan pola dari hasil penciptaan yang sudah ada dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreatifitas sebagai kekayaan intelektual yang akan mendorong ekonomi kreatif. Hal ini sangat berbeda dibandingkan dengan industri-industri yang memanfaatkan sumber daya alam seperti migas (minyak dan gas) yang sudah pasti pada titik tertentu akan habis. Selain itu, melalui industri kreatif potensi peningkatan lapangan pekerjaan juga meningkat.

Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia pengertian industri kreatif didefinisikan sebagai “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan

dan pemanfaatan daya kreasi daya cipta individu tersebut.” (*Jogja Media, Media Informasi Jogjakarta*. 2014)

Ditengah harapan terciptanya industri kreatif yang mumpuni dan mampu menjadi industri besar, kendala itu muncul secara internal di kalangan industri kreatif itu sendiri serta faktor eksternal yang terkait dengan keberadaan industri kreatif. Secara internal faktor utama yang menghambat industri kreatif ini adalah kemampuan manajemen di industri tersebut yang masih bersifat ‘tradisionil’. Manajemen disini tidak hanya terkait manajemen usaha, termasuk didalamnya pengadaan bahan baku, produksi, distribusi hingga marketing. Satu hal yang perlu disoroti didalam industri ini yaitu mengenai penentuan harga jual pada industri kreatif. Lemahnya manajemen dalam mengevaluasi penentuan harga jual sangat mempengaruhi pertumbuhan baik itu untuk perusahaan besar maupun industri kreatif (*Pusduklat Kemenpergi*, 2015)

Kondisi ini berdampak secara eksternal berupa keengganan pihak perbankan untuk memberikan pinjaman atau kredit kepada industri kreatif dalam skala besar. Hal ini dimungkinkan pihak perbankan melihat kemampuan keuangan dan sistem keuangan industri kreatif yang lemah sehingga menyulitkan pihak perbankan untuk menyetujui permohonan kredit dari para pengusaha industri kreatif.

Beragam usaha industri kreatif khususnya dalam bidang Akuarium sangat berkembang pesat. Seiring perkembangannya, kini Akuarium bukan hanya sebagai tempat memelihara ikan, di dalamnya juga dapat untuk memelihara tanaman air hidup menyesuaikan dengan habitatnya. Konsep tersebut di sebut *Aquascape* atau *Aquascaping*. *Aquascape* adalah seni mengatur tanaman air dan batu, batu koral, batu karang, atau kayu apung secara alami dan indah di dalam Akuarium sehingga memberikan efek seperti berkebun di bawah air. (Wawancara Aditya Danu, 7 Mei 2015)

Aquaphalandra Farm Yogyakarta adalah perusahaan yang bergerak dalam bisnis Akuarium menjual berbagai macam tanaman hias dalam air. Selain itu perusahaan Aquaphalandra Farm juga menjual beberapa macam

peralatan Akuarium. Dalam proses pemasaran perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta menargetkan penjualan produknya kepada mahasiswa. Seiring dengan perkembangannya guna mendekatkan perusahaan kepada konsumennya saat ini perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta menyediakan layanan jasa perawatan tanaman yang bertujuan untuk membagi ilmu kepada konsumen mengenai perawatan tanaman yang baik dan benar. Berdasarkan perjanjian surat usaha, perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta berdiri sejak tanggal 21 Agustus 2014, adalah perusahaan yang masuk dalam kategori perusahaan industri kreatif.

Banyaknya tantangan mengenai penentuan harga jual produk dengan pesaing usaha yang dihadapi oleh pelaku usaha kreatif perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta tentu sangat membantu peneliti dalam melakukan penelitian, salah satunya mengenai *Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk*. Karena penentuan harga jual para pelaku usaha kreatif saat ini yang masih simpangsiur serta lemahnya pengawasan pemerintah mengenai penentuan harga jual menurut Danu (2015) dapat dimanfaatkan oleh oknum tertentu untuk menentukan harga jual produk yang tinggi, kondisi ini tentu memicu terjadinya pasar yang kurang sehat bagi para pelaku usaha Aquarium khususnya perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta.

Oleh karena itu untuk terciptanya penentuan harga jual produk yang sehat dalam industri kreatif, peneliti bertujuan melakukan evaluasi penentuan harga jual pada perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta. Dengan ini peneliti melakukan penelitian dengan judul **“EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PERUSAHAAN AQUAPHALANDRA FARM YOGYAKARTA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**. Adapun batasan masalah dalam penelitian itu yaitu mengenai penentuan harga jual produk secara Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan penulis kaji dalam penelitian ini adalah bagaimana mekanisme penentuan harga jual produk perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta dalam perspektif ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin di capai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis mekanisme penentuan harga jual produk perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta dalam perspektif ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan menjadikan manfaat baik secara Praktis maupun Akademis.

1. Manfaat Praktis:
 - a. Perusahaan Aquaphalandra Farm terkait dengan penentuan harga jual yang baik dan benar.
 - b. Menjadi bahan pertimbangan evaluasi bagi perusahaan Aquaphalandra Farm dalam penentuan harga jual.
2. Manfaat Akademis:
 - a. Pengembangan pengetahuan tentang pentingnya penentuan harga jual secara Ekonomi Islam bagi pelaku usaha bisnis kreatif.
 - b. Pengembangan pengetahuan tentang penentuan harga jual secara Ekonomi Islam bagi masyarakat luas.

E. Telaah Pustaka

Peneliti terdahulu merupakan salah satu dasar pijakan yang sangat penting dalam rangka penyusunan penelitian ini, adapun telaah pustaka

yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan antara lain:

Dalam Tesis Bayu Cahyono (2013) "*Analisis Strategi Penetapan Harga Pada Taman Pintar Yogyakarta*". Membahas tentang faktor-faktor yang digunakan untuk menentukan harga jual produk pada Taman Pitar Yogyakarta. Dalam hal ini dijabarkan sebagai berikut: (1) Sasaran dalam penetapan harga Taman Pitar Yogyakarta, (2) Tujuan penetapan harga Taman Pitar Yogyakarta, (3) Target pasar yang dibidik oleh Taman Pitar Yogyakarta, (4) Strategi penetapan harga yang digunakan oleh Taman Pitar Yogyakarta. Data diperoleh secara langsung dari Taman Pitar Yogyakarta bagian Humas dan Pemasaran. Cara mengumpulkan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Taman Pitar Yogyakarta adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang wisata pendidikan di Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang digunakan untuk menentukan harga jual produk yang diterapkan pada Taman Pitar Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Sasaran dalam penetapan harga Taman Pitar Yogyakarta adalah berorientasi pada penjualan yaitu berusaha agar penjualan dapat meningkat dan memperkuat posisi pasar, selain itu Taman Pitar Yogyakarta juga berorientasi pada status quo yaitu menangkal pesaing, dalam hal ini harga yang ditetapkan lebih rendah dari pesaing.
2. Tujuan penetapan harga dari Taman Pitar Yogyakarta adalah unggul dalam bagian pasar yaitu perusahaan berusaha keras agar bagian dari pasarnya menjadi yang terbesar, sehingga market share yang dimiliki pun akan tinggi.
3. Target Pasar yang dibidik oleh Taman Pitar Yogyakarta adalah semua segmen dan semua kalangan.

4. Strategi penetapan harga yang digunakan adalah strategi penetrasi, yaitu memberikan harga awal yang rendah untuk mencapai pasar masal secara cepat.

Dalam Jurnal, “*Ilmiah Manajemen Bisnis*” oleh Apriyanti at al (2014) membahas penentuan harga jual menggunakan metode *Cost Plus Pricing*. Yaitu, (1) Penetapan harga berdasarkan biaya dengan menambahkan suatu *Mark Up* standar pada biaya produksi. (2) Penetapan harga dapat mengembalikan biaya dari pembuatan dan pemasaran suatu produk atau penetapan harga untuk mengejar suatu sasaran keuntungan.

Dalam Jurnal, “*Penentuan Harga Jual Produk Pisau Pada UKM ‘Bareng Jaya’ (Program Studi Sistem Informasi Universitas Muria, Kudus)*” oleh Nanik Susanti (2013). Membahas tentang Penentuan harga jual merupakan salah satu kebijakan yang penting dalam perusahaan karena dengan penetapan harga jual yang benar akan dapat mempengaruhi volume penjualan dan laba yang di dapat perusahaan. Pada penelitian ini menggunakan metode jaringan syaraf tiruan berbasis *backpropagation* untuk menentukan harga jual produk.

Dalam Jurnal, “*Model Dalam Strategi Penetapan Harga (Fakultas Psikologi Universitas, Surabaya)*” oleh Verina H. Secapramana (2000). Yaitu membahas khusus mengenai strategi penetapan harga, dengan mengetengahkan salah satu model dari Harper W. Boyd, Jr & Orville C. Walker, Jr. (1982). Dipilihnya model ini mengingat kelengkapan dari faktor-faktor yang relevan untuk dipertimbangkan oleh perusahaan/produsen sebelum terjadinya keputusan penetapan harga. Idealnya model ini digunakan ketika untuk pertama kalinya suatu perusahaan/produsen menetapkan harga produknya, namun dalam prakteknya model inipun dapat dijadikan acuan setiap kali direncanakan adanya perubahan harga.

Model ini menyarankan diperhitungkannya dua faktor utama dalam penetapan harga, yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari tujuan perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan organisasi. Sedangkan faktor eksternal mencakup sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan faktor lingkungan lainnya. Secara spesifik model ini membahas berbagai pengaruh dan kendala dalam penetapan harga, yang mencakup strategi perusahaan dan strategi pemasaran, karakteristik pasar sasaran, produk, kompetitor, pengaruh lingkungan dan juga merinci langkah-langkah dalam penetapan harga

Dalam Jurnal, "*Analisis Perlakuan Akuntansi Produk Simpanan Dalam Penentuan Harga Jual Rangka Baja* (PT. Duta Mulia Palembang)". Yaitu membahas harga jual produk sampingan. Dalam perhitungan biaya produksi yang melibatkan produk utama ditambah produk sampingan atau pengurangan harga 20% dari harga jual produk utama sesuai dengan kebijakan perusahaan sehingga jika perusahaan menjual produk sampingannya dengan perhitungan biaya produksi yang melibatkan produk utama dibawah produk sampingan. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian eksperimen sungguhan.

Dalam Jurnal, "*Strategi Penetapan Harga Pada Bisnis Ritel* (Staf Pengajar Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Semarang)" oleh Sudarto (2014). Yang membahas tentang penetapan harga pada bisnis ritel. Semakin banyak bisnis ritel dalam satu wilayah, semakin tajam persaingan yang dihadapi. Sehingga para pelaku bisnis ritel dihadapkan pada kemampuan untuk memenangkan dalam persaingan dan paling tidak mempertahankan kelangsungan hidupnya. Agar bisnis ritel mampu bertahan dalam persaingan bisnis maka diperlukan penerapan strategi yang tepat. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah strategi harga. Beberapa strategi harga pada bisnis ritel dapat dilakukan melalui : potongan harga, diskriminasi harga, harga psikologis, promosi harga, harga rendah, harga wajar, harga berorientasi pesaing dan harga promosi. Penetapan

harga membutuhkan analisa bauran produk, strategi penetapan merk, kualitas serta fitur produk. Pada dasarnya strategi harga ini diterapkan untuk berorientasi kepada kepuasan konsumen, agar para pelanggan mau dan sering berkunjung untuk membeli ulang berbagai produk yang ditawarkan.

Dari beberapa hasil riset atau penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu diatas, terdapat perbedaan mendasar dari penelitian yang penulis teliti. Perbedaannya adalah mengenai penentuan harga jual produk dalam perspektif Ekonomi Islam.



BAB II

LANDASAN TEORI

1. Evaluasi

Evaluasi adalah proses penilaian. Dalam perusahaan, evaluasi dapat diartikan sebagai proses pengukuran akan eektivitas strategi yang digunakan dalam upaya mencapai tujuan perusahaan. Data yang diperoleh dari hasil pengukuran tersebut akan digunakan sebagai analisis situasi program berikutnya (Wikipedia, 2016, Par.1)

Secara umum pengertian *Evaluasi* adalah suatu proses dalam menyediakan informasi untuk mengetahui sejauh mana kegiatan tersebut telah dicapai. Evaluasi mengukur suatu pekerjaan atau hal-hal yang telah dilakukan, evaluasi sangat berguna atau bermanfaat supaya mengetahui tingkatan pekerjaan yang dilakukan. Pengertian *Evaluasi* yang lain adalah suatu proses sistematis dalam menentukan atau membuat keputusan terhadap sejauh mana program tercapai.

Pengertian evaluasi menurut para ahli seperti Wrigstone, dkk (1956) mengatakan bahwa evaluasi adalah penaksiran terhadap pertumbuhan dan kemajuan ke arah tujuan atau nilai-nilai yang telah ditetapkan. Sedangkan dalam perusahaan, pengertian evaluasi adalah proses pengukuran akan efektifitas strategi dalam upaya mencapai tujuan bagi perusahaan ([Artikelsiana](#), Pengertian evaluasi, 2015, Par.1-2)

2. Harga

a. Pengertian Harga

Di dalam ekonomi teori, pengertian, harga, nilai, utility, merupakan konsep yang saling berhubungan. Yang dimaksud dengan utility ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang kemungkinan barang tersebut, dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan memuaskan konsumen.

Retno Dewanti (2008) *Value* adalah nilai dari suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter antara barang dengan barang. Sekarang ini ekonomi kita tidak melakukan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran nilainya yang disebut harga. Jadi harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Retno Dewanti (2008) menambahkan bahwa harga menurut Kotler dan Amstrong adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Harga menurut Fandi Tjiptono adalah satuan moneter atau ukuran lain (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Secara sederhana, istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk (Tjiptono, Chhandra & Adriana, 2008)

b. Penetapan Harga

Tjiptono (2009) menyebutkan bahwa penetapan harga merupakan tugas kritis yang menunjang keberhasilan operasional organisasi profit maupun non-profit. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Namun, keputusan mengenai harga tidak mudah dilakukan. Di satu sisi, harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi di sisi lain akan sulit dijangkau konsumen. Dalam kasus tertentu, harga yang mahal sekali dapat diprotes lembaga konsumen bahkan mengundang campur tangan pemerintah untuk menurunkannya. Selain itu, margin laba yang besar cenderung menarik para pesaing untuk masuk ke industri yang sama. Sedangkan bila harga terlampau

murah, pangsa pasar dapat melonjak. Akan tetapi, margin kontribusi dan laba bersih yang diperoleh dapat jadi amat kecil, bahkan tidak cukup untuk mendukung pertumbuhan atau ekspansi organisasi.

Penetapan harga jual berasal dari harga pokok barang tersebut. Sedangkan harga pokok barang ditentukan oleh berapa besar biaya yang dikorbankan untuk memperoleh atau untuk membuat barang itu.

Abdullah dan Tantri (2012) menambahkan, penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Perusahaan haruslah mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan menetapkan harganya. Enam langkah prosedur untuk menetapkan harga:

- 1) Memilih Sasaran Harga.
- 2) Menentukan Permintaan.
- 3) Memperkirakan Biaya.
- 4) Menganalisis Penawaran dan Harga Para Pesaing.
- 5) Memilih Suatu Metode Harga dan Memilih Harga Akhir.

c. Tujuan Penetapan Harga

Abdullah dan Tantri (2012) tujuan penetapan harga dapat mendukung strategi pemasaran berorientasi pada permintaan primer apabila perusahaan meyakini bahwa harga yang lebih murah dapat meningkatkan jumlah pemakai atau tingkat pemakaian atau pembelian ulang dalam bentuk atau kategori produk tertentu. Hal ini terutama sekali berlaku pada tahap-tahap awal dalam siklus produk, dimana salah satu tujuan pentingnya adalah menarik para pelanggan baru. Harga yang lebih murah dapat mengurangi resiko mencoba produk baru atau dapat pula menaikkan nilai sebuah

produk baru secara relatif dibandingkan produk lain yang sudah ada terlebih dahulu.

Abdullah dan Tantri (2012) menemukan bahwa tujuan penetapan harga dijabarkan ke dalam program penetapan harga. Kesuksesan program penetapan harga ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya: elastisitas harga dari permintaan pasar dan permintaan perusahaan; aksi dan reaksi pesaing; biaya dan konsekuensinya pada profitabilitas; serta kebijakan lini produk.

1) Elastisitas-Harga Permintaan

Karena efektivitas program penetapan harga bergantung pada dampak perubahan harga terhadap permintaan, maka perlu diketahui perubahan unit penjualan sebagai akibat perubahan harga. Namun, perubahan harga memiliki dampak ganda terhadap penerimaan penjualan perusahaan, perubahan unit penjualan dan perubahan penerimaan per unit. Jadi, manajer jangan hanya berfokus pada sensitivitas harga di pasar, namun juga mempertimbangkan dampak perubahan harga terhadap pendapatan total.

Elastisitas harga dan sensitivitas harga merupakan dua konsep yang berkaitan namun berbeda. Jika perubahan harga menyebabkan terjadinya perubahan dalam unit penjualan, maka permintaannya disebut sensitif terhadap harga (*price-sensitive*). Sedangkan istilah elastisitas harga mengacu pada dampak perubahan harga terhadap pendapatan total.

2) Faktor Persaingan

Reaksi pesaing terhadap perubahan harga merupakan salah satu faktor penting yang perlu dipertimbangkan setiap perusahaan. Mengapa demikian? Jika perubahan harga disamai oleh semua pesaing, maka sebenarnya tidak akan ada perubahan pangsa pasar. Dalam kasus ini, pengurangan harga tidak akan berdampak pada permintaan selektif. Oleh sebab itu, manajer pemasaran harus berusaha menentukan kemungkinan reaksi penetapan harga pesaing.

3) Faktor Biaya

Struktur biaya perusahaan (biaya tetap dan biaya variabel) merupakan faktor pokok yang menentukan batas bawah harga. Artinya, tingkat harga minimal harus dapat menutup biaya (setidaknya biaya variabel). Harga yang murah akan menyebabkan penurunan biaya rata-rata jika penurunan harga tersebut dapat menaikkan volume penjualan secara signifikan. Ini dikarenakan peningkatan volume berdampak pada berkurangnya biaya tetap per unit. Oleh sebab itu, manfaat skala ekonomis akan sangat besar jika biaya tetap mencerminkan porsi yang besar dari biaya total.

4) Faktor Lini Produk

Dalam banyak kasus, penetapan harga sebuah produk dapat berpengaruh terhadap penjualan produk lainnya yang dihasilkan oleh perusahaan yang sama. Elastisitas silang harga (*price cross-elasticities*) merupakan hubungan yang terjadi jika perubahan harga sebuah produk memengaruhi volume penjualan produk kedua (selain berdampak pada penjualan produk pertama). Apabila kenaikan (atau penurunan) harga satu produk menyebabkan kenaikan (atau penurunan) penjualan

produk kedua, maka kedua produk tersebut dikatakan bersifat substitusi. Sedangkan jika kenaikan (penurunan) harga produk pertama menyebabkan penurunan (kenaikan) penjualan produk kedua, maka kedua produk tersebut bersifat komplementer.

3. Ekonomi Islam

a. Definisi Ekonomi Islam

Secara umum, ekonomi Islam di definisikan sebagai salah satu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, meneliti dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara yang Islami. Yang dimaksudkan dengan cara-cara Islami disini adalah cara-cara yang didasarkan Al-Quran dan Sunnah. Jadi, Ilmu ekonomi Islam mendasarkan segala aspek tujuan, metode penurutan ilmu, dan nilai-nilai yang terkandung dalam agama Islam.

Pada dasarnya tujuan hidup setiap manusia adalah untuk mencapai kesejahteraan, meskipun manusia memaknai 'kesejahteraan' dengan prespektif yang berbeda-beda. Sebagian besar paham ekonomi memaknai kesejahteraan sebagai kesejahteraan material duniawi. Islam memaknai 'kesejahteraan' dengan istilah *falah* yang berarti keseimbangan antara dimensi material-spiritual, individual-sosial dan kesejahteraan dikehidupan duniawi dan di akhirat. Sejahtera dunia diartikan sebagai segala yang memberikan kenikmatan hidup, baik fisik, intelektual, biologis maupun material. Sedangkan kesejahteraan akhirat diartikan sebagai kenikmatan yang diperoleh setelah kematian manusia. Perilaku manusia di dunia diyakini akan berpengaruh terhadap kesejahteraan di akhirat yang abadi. Informasi kesejahteraan ini hanya dapat diperoleh dari Tuhan, yaitu melalui ajaran yang diwahyukan dalam Al-Quran dan Sunnah.

Ekonomi Islam dibangun atas dasar pelaku individu yang rasional Islami. Rasional Islami dalam hal ini tidak dimaknai sebagai rasional sempit, melainkan perilaku logis bagi setiap individu yang sadar dan perhatian untuk memperoleh *falah*. Hal ini menuntut manusia untuk bervisi dan berprinsip jangka panjang. Dalam hal tertentu manusia akan mengorbankan kepentingan duniawinya untuk mendapatkan kesejahteraan akherat atau melakukan tindakan etis yang mengorbankan kepentingan individu atau material demi memperoleh *Maslahah* yang lebih besar. Perilaku etis dipandang sebagai perilaku rasional ketika sejalan dengan nilai-nilai *falah* (*Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UII*, 2011)

b. Harga Dalam Perspektif Islam

Menurut Rachmat Syafei (2000), harga hanya 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 diridai oleh kedua pihak yang akad.

Dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang di mana kesepakatan tersebut diridai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

Pengaturan harga diperlukan bila kondisi pasar tidak menjamin adanya keuntungan disalah satu pihak. Pemerintah harus mengatur harga, misalnya bila ada kenaikan harga, misalnya bila ada kenaikan harga barang di atas batas kemampuan masyarakat maka pemerintah melakukan peraturan dengan operasi pasar.

Sedangkan, bila harga terlalu turun sehingga merugikan produsen, pemerintah meningkatkan pembelian atas produk produsen tersebut dari pasar. Peran pemerintah tersebut berlaku disaat ada masalah-masalah yang ekstrim sehingga pemerintah perlu memantau kondisi pasar setiap saat guna melihat kemungkinan diperlukannya pengaturan harga.

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syari`ah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.

Itulah sebabnya ekonomi Islam sangat menghargai harga yang terbentuk oleh kekuatan permintaan dan penawaran di pasar.

Al Maraqli (2001) menambahkan, dalam ekonomi Islam siapapun boleh berbisnis. Namun demikian, dia tidak boleh melakukan *ikhtikar*, yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Bersumber dari hadist dari Muslim, Ahmad, Abu Daud dari Said bin al Musyyab dari Ma'mar bin Abdullah Al-Abawi bahwa Rasulullah SAW bersabda,

ليس اکتناز السلع التي ما لم یکن مذنباً

“*Tidaklah orang melakukan ikhtikar itu kecuali ia berdosa*”

Syafei (2011) menambahkan, Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga sekaligus melindungi hak keduanya. Islam membolehkan, bahkan mewajibkan, pemerintah melakukan intervensi harga, bila kenaikan harga disebabkan adanya distorsi terhadap permintaan dan penawaran. Kebolehan intervensi harga antar lain karena:

- 1) Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat yaitu melindungi penjual dalam hal tambahan keuntungan (*profit margin*) sekaligus melindungi pembeli dari penurunan daya beli.
- 2) Bila kondisi menyebabkan perlunya intervensi harga, karena jika tidak dilakukan intervensi harga, penjual menaikkan harga dengan cara *ikhtikar*. Oleh karenanya pemerintah dituntut proaktif dalam mengawasi harga guna menghindari adanya kezaliman produsen terhadap konsumen.
- 3) Pembeli biasanya mewakili masyarakat yang lebih luas, sedangkan penjual mewakili kelompok masyarakat yang lebih kecil. Artinya intervensi harga harus dilakukan secara proposional dengan melihat kenyataan tersebut.

Dalam salah satu bagian bukunya *Fatawa* yang dikutip A.A. Islahi (1997), Ibnu Taimiyah mencatat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya terhadap harga:

- 1) Keinginan masyarakat atas suatu jenis barang berbeda-beda. Keadaan ini sesuai dengan banyak sedikitnya barang yang diminta masyarakat tersebut. Suatu barang sangat diinginkan jika persediaannya sangat sedikit daripada jika ketersediaannya berlimpah.

- 2) Perubahan jumlah barang tergantung pada jumlah para peminta. Jika suatu jumlah jenis barang yang diminta masyarakat meningkat, harga akan naik dan terjadi sebaliknya, jika jumlah permintaannya menurun.
- 3) Jika itu akan berpengaruh atas menguatnya atau melemahnya tingkat kebutuhan atas barang karena meluasnya jumlah dan ukuran dari kebutuhan. Jika kebutuhan tinggi dan kuat, harga akan naik lebih tinggi daripada peningkatan kebutuhan itu kecil atau lemah.
- 4) Harga juga berubah-ubah sesuai dengan (kuantitas pelanggan) siapa saja pertukaran barang itu dilakukan. Jika ia kaya dan dijamin membayar utang, harga yang rendah disa diterima darinya, ketimbang diterima orang lain yang diketahui sedang bangkrut, suka mengulur-ulur pembayaran atau diragukan kemampuan membayarnya.
- 5) Harga itu dipengaruhi juga oleh bentuk alat pembayaran (uang) yang digunakan dalam jual-beli. Jika yang digunakan umum dipakai, harga akan lebih rendah ketimbang jika membayar dengan uang yang jarang ada di peredaran. Misalnya dinar dan dirham saat itu merupakan alat pembayaran yang lazim di Damaskus.
- 6) Disebabkan oleh tujuan dari kontrak adanya (timbang balik) pemilikan oleh kedua pihak yang melakukan transaksi. Jika si pembayar mampu melakukan pembayaran dan diharapkan mampu memenuhi janjinya, tujuan dari transaksi itu bisa diwujutkan dengannya. Sebaliknya, bila dalam kasus ini ia tak

sepenuhnya mampu menjamin melaksanakan janjinya maka tingkat kemampuan dan jaminan itu berbeda.

- 7) Aplikasi yang sama berlaku bagi seseorang yang meminjam atau menyewa. Pemberi sewa bisa mendapatkan keuntungan kepada penyewa, namun hal ini kurang berlaku bila barang yang disewakan dalam kondisi yang tidak aman, misalnya tanah yang disewakan disuatu wilayah yang banyak perampokan, atau diduduki oleh binatang buas. Harga sewa dari tanah dalam kondisi demikian tak sama dengan tanah yang aman.

c. Regulasi Penentuan Harga

Berbagai pandangan muncul mengenai peraturan harga atau penentuan harga dalam pasar ini; pendapat *pertama*, harga sepenuhnya ditentukan oleh pasar, sedangkan pendapat *kedua*, menyatakan harga bisa ditentukan oleh pemerintah. Masing-masing mengutarakan alasan yang jelas untuk mengambil pandangan tersebut.

1) *Pandangan Harga Ditentukan Pasar*

Dalam sejarah islam masalah pengawasan atas harga muncul pada masa Rasulullah saw sendiri. Diriwayatkan oleh Imam Ahmad dari Anas mengatakan,

ارتفاع الأسعار في عهد النبي . بعد ذلك التقرير، " يا رأيت رسول الله إلا إذا قمت بتعيين هذه القيمة (لا ترتفع بالضرورة مثل هذا) ، فأجاب: " الله هو الكل إنشاء معظم إعطاء القوت ، التسعير حدير . أريد أن تواجه وجود الله، في حين لا يوجد شخص واحد مقاضاة " بسبب الظلم الذي فعلته له ، والمشكلة من المال والدم

"*harga pada masa Rasulullah membung. Lalu mereka lapor, "Wahai Rasullulah saw, kalau seandainya*

harga ini engkau tetapkan (niscaya tidak membumbung seperti ini), beliau menjawab, “Sesungguhnya Allah-lah Yang Maha Menciptakan Maha Memberi Rezeki, Lagi Maha Menentukan Harga. Aku ingin menghadap kehadiran Allah, sementara tidak ada satu orang pun yang menuntutku karena suatu kezaliman yang aku lakukan kepadanya, dalam masalah harta dan darah”

Imam Abu Daud meriwayatkan dari Abu Hurairah yang mengatakan:

واضاف هذا هناك جاء رجل واحد ، وقال: " يا رسول الله مر هذا السعر ، فأجاب: " لا على وجه التحديد ، ناهيك عن ثم اقترب منه رجل آخر وقال : "يا رسول الله ، تحديد سعر هذا ، وقال: لا ، ولكن الله لديه الحق في إنقاص وزيادة .

“Bahwa ada seseorang laki-laki datang lalu berkata, “wahai Rasulullah saw tetapkanlah harga ini, beliau menjawab, “(Tidak) justru, biarkan saja” kemudian dia didatangi oleh laki-laki yang lain lalu mengatakan, “Wahai Rasulullah saw, tetapkanlah harga ini, Beliau menjawab, (tidak) tetapi Allah-lah yang berhak menurunkan dan menaikkan.”

Dua dari empat mazhab terkenal, Hambali dan Syafi'i menyatakan bahwa pemerintah tak mempunyai hak untuk menetapkan harga. Ibnu Qudamah Al-Maqdisi adalah salah seorang argumentator Mazhab Hambali menulis, bahwa imam (pemimpin pemerintah) tak memiliki wewenang untuk mengatur harga bagi penduduk Al-Maraqhi (2001). Penduduk boleh menjual barang-barang mereka dengan harga berapapun yang mereka sukai. A.A. Islahi (1997) menambahkan bahwa Ibnu Qudamah mengutip hadist diatas dan memberikan dua alasan tidak diperkenankannya mengatur harga:

- a) Rasulullah saw tidak pernah menetapkan harga, meskipun penduduk menginginkannya. Bila itu dibolehkan, pastilah Rasulullah akan melaksanakannya.

- b) Menetapkan harga adalah sesuatu ketidakadilan (*zulm*) yang dilarang. Ini melibatkan hak milik seseorang didalamnya setiap orang memiliki hak untuk menjual pada harga berapa pun; asal ia sepakat dengan pembelinya.

Ibnu Qudamah menganalisis penetapan harga dari pandangan ekonomis juga mengindikasikan tak menguntungkan bentuk pengawasan atas harga. Ia berkata:

ومن الواضح أن الأسعار سوف يشجعه على أن تكون أكثر تكلفة ،
لأنه إذا كان التجار خارج يسمع أي سياسات مراقبة الأسعار ،
وأنها لا تريد أن تأخذ البضائع إلى منطقة معينة حيث اضطر
لبيع بضاعته خارج سعر أراد. و التجار المحليين الذين لديهم
بضائع و إخفاء الأدوات . المستهلكين الذين هم بحاجة إلى أن
يطلب البضائع وتقدم طلبها لا يمكن أن يكون راضيا ، وذلك
لأن ارتفاع الأسعار . سترتفع الأسعار و عانى كلا الجانبين .
وعلى البائع يعانون بسبب تقييد الباعة بضاعتهم والمشتريين
يعانون بسبب رغبتهم لا يمكن الوفاء بها. هذا هو السبب في
أنه ممنوع

“Ini sangat nyata bahwa penetapan harga akan mendorongnya menjadi lebih mahal, sebab jika para pedagang diluar mendengar adanya kebijakan pengawasan harga mereka tak akan mau membawa barang dagangannya kesuatu wilayah dimana dipaksa menjual barang dagangannya diluar harga yang ia inginkan. Dan para pedagang lokal yang memiliki barang dagangan akan menyembunyikan barang dagangannya. Para konsumen yang membutuhkan akan meminta barang dagangan dan membuat permintaan mereka tak bisa dipuaskan, karena harganya meningkat. Harga akan meningkat dan kedua belah pihak menderita. Para penjual akan menderita karena dibatasi dari penjual barang dagangan mereka dan para pembeli menderita karena keinginan mereka tidak bisa dipenuhi. Inilah alasannya, kenapa hal itu dilarang”.
(A.A. Islahi, 1997)

Argumentasi itu merupakan kesimpulan sederhana bila harga ditetapkan akan membawa akibat munculnya

tujuan yang saling bertentangan. Harga yang tinggi, pada umumnya bermula dari situasi meningkatnya permintaan atau menurunnya penawaran. Pengawasan harga hanya akan memperburuk situasi tersebut. Harga yang rendah akan mendorong permintaan baru atau meningkatkan permintaan, juga akan mengecilkan hati para importer untuk mengimpor barang tersebut. Pada saat yang sama akan mendorong produksi dalam negeri mencari pasar luar negeri atau menahan produksinya, sampai pengawasan harga secara lokal itu dilarang. Akibatnya, akan terjadi kekurangan penawaran. Jadi, tuan rumah akan dirugikan akibat kebijakan itu dan perlu membendung berbagai usaha untuk membuat regulasi harga.

Argumentasi Ibnu Qudamah melawan penetapan harga oleh pemerintah serupa dengan para ahli ekonomi modern. Tetapi, sejumlah ahli fiqh Islam mendukung kebijakan pengaturan harga, walaupun baru dilaksanakan dalam situasi penting dan menekankan perlunya kebijakan harga yang adil. Mazhab Maliki dan Hanafi, menganut keyakinan ini.

2) *Pandangan Harga yang Diatur*

Siddiq (1972) menyebutkan bahwa, menurut Ibnu Taimiyah kontroversi antara para ulama tentang masalah harga berkisar dua poin. *Pertama*, jika terjadi harga yang tinggi di pasaran dan seseorang berusaha menetapkan harga yang lebih tinggi daripada harga sebenarnya, perbuatan mereka Mazhab Maliki harus dihentikan, tetapi bila para penjual mau menjual di bawah harga semestinya, perbuatan mereka dibiarkan saja. Menurut Syafi'i atau penganut Ahmad bin Hambal seperti Abu Hafz Al-'Akbari, Qadi Abu Ya'la dan lainnya mereka tetap

menentang berbagai campur tangan terhadap kejadian itu, demikian juga yang dinyatakan oleh M Nejatullah Siddiq, bahwa Islam memberikan kepercayaan sangat besar kepada mekanisme pasar.

Poin *kedua*, dari perbedaan pendapat antara ulama adalah penetapan harga maksimum bagi para penyalur barang dagangan, ketika mereka telah memenuhi kewajibannya. Inilah pendapat yang bertentangan dengan mayoritas para ulama bahkan MALiki sendiri. Tetapi, beberapa ahli seperti Sa'id bin Musayyib, Rabi'ah bin Abdul Rajman dan Yahya bin Sa'id dilaporkan menyetujuinya. Para pengikut Abu Hanifah berkata bahwa otorita harus menetapkan harga, hanya bila masyarakat menderita akibat peningkatan harga itu, dimana hak penduduk harus dilindungi dari kerugian diakibatkan olehnya (Islahi, 1995)

d. Penetapan Harga oleh Rasulullah SAW

Ibnu Tamiyah menafsirkan sabda Rasulullah SAW yang menolak penetapan harga meskipun pengikutnya memintanya. Katanya, ini adalah sebuah kasus khusus dan bukan merupakan aturan umum. Itu bukan merupakan laporan bahwa seseorang tidak boleh menjual atau melakukan sesuatu yang wajib dilakukan atau menetapkan harga melebihi kompensasi yang ekuivalen (*'iwad al-mithl*). Menurut Ibnu Tamiyah harga naik karena kekuatan pasar dan bukan karena ketidaksempurnaan dari pasar itu. dalam kasus terjadinya kekurangan, misalnya menurunnya penawaran berkaitan dengan menurunnya produksi, bukan karena kasus penjual menimbun atau menyembungkan penawaran.

Dalam Islahi (1995) Ibnu Tamiyah membuktikan bahwa Rasulullah saw sendiri menetapkan harga yang adil jika terjadi

perselisihan antara dua orang. Hal tersebut dapat diketahui dari kondisi berikut:

1. Bila dalam kasus pembebasan budaknya sendiri, ia mendeskripsikan bahwa harga yang adil dari budak itu harus dipertimbangkan tanpa adanya tambahan atau pengurangan dan setiap orang harus diberi bagian dan budak itu harus dibebaskan.
2. Dilaporkan ketika terjadi perselisihan antara dua orang, salah satu pihak memiliki pohon yang sebagian tumbuh di tanah orang. Pemilik tanah menemukan adanya jejak langkah pemilik pohon di atas tanahnya, yang dirasa mengganggu, ia mengajukan masalah itu kepada Rasulullah saw. Rasulullah memerintahkan pemilik pohon itu untuk menjual pohon itu kepada pemilik tanah dan menerima kompensasi atau ganti rugi yang adil kepadanya. Orang itu ternyata tak melakukan apa-apa. Kemudian Rasulullah saw membolehkan pemilik tanah untuk menebang pohon tersebut dan ia memberikan kompensasi harganya kepada pemilik pohon.

Setelah menceritakan dua kasus yang berbeda dalam bukunya *Al-Hisbah*, Ibnu Tamiyah menegaskan bahwa Rasulullah saw pernah melakukan penetapan harga. Dalam dua kasus tersebut ia melanjutkan penjelasannya, jika harga itu bisa ditetapkan untuk memenuhi kebutuhan satu orang saja, pastilah akan lebih logis kalau hal itu ditetapkan untuk memenuhi kebutuhan publik atas produk makanan, pakaian dan perumahan karena kebutuhan umum itu jauh lebih penting ketimbang kebutuhan seorang individu.

Salah satu alasan lagi mengapa Rasulullah SAW menolak menetapkan harga adalah, pada waktu itu tak ada kelompok yang secara khusus hanya menjadi pedagang, di Madinah. Para penjual dan pedagang merupakan orang yang sama, satu sama lain. Islahi

(1995) menambahkan bahwa tak seorang pun bisa dipaksakan untuk menjual sesuatu. Karena penjualannya tak bisa diidentifikasi secara khusus. Jika harga ditetapkan kepada siapa penetapan harga itu akan dipaksakan?. Itulah sebabnya penetapan harga hanya mungkin dilakukan jika diketahui secara persis ada kelompok yang melakukan perdagangan dan bisnis yang manipulatif sehingga berakibat menaikkan harga. Dengan kondisi ini, tak ada alasan yang bisa digunakan untuk menetapkan harga. Sebab penetapan harga tak bisa dikenalkan kepada seseorang yang tak berfungsi sebagai *supplier* sebab tak akan berarti apa-apa atau tidak adil.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti bertempat di Perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta. Yang beralamat di Jl. Seturan Raya, Puluhdadi, Wisma Kurnia 388E, Depok, Sleman, Yogyakarta.

B. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data kualitatif yang bersifat induktif dalam arti cara menerangkannya dari data kearah teori. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyono, 2005). Penelitian bertujuan untuk membuat deskriptif yang sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta (Brata, 1998). Yaitu dengan cara memaparkan informasi-informasi faktual yang diperoleh dari perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta secara langsung yang berhubungan dengan evaluasi penetapan harga jual kemudian mengevaluasinya dengan berbagai teori dalam ekonomi Islam yang berkaitan dengan pokok masalah dalam penelitian ini.

C. Sumber Data

Sumber data yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini terdiri atas:

a. Data primer

Merupakan sumber²⁶ yang diperoleh langsung dari manajemen Aquaphalandra Farm Yogyakarta, baik melalui observasi maupun interview yang berkaitan dengan penetapan harga jual produk dalam perspektif ekonomi Islam.

b. Data sekunder

Teori-teori yang peneliti ambil dari berbagai literatur, melalui buku, internet dan literature-literatur lainnya yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini ada beberapa hal, meliputi:

a. Observasi/pengamatan langsung

Observasi merupakan proses pencatatan pola perilaku subyek baik berupa orang, benda ataupun kejadian yang sistematis (Indriantoro et al, 2002). Metode observasi merupakan proses pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian secara cermat, teliti dan sistematis (Supardi, 2005). Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan yang dilakukan terhadap proses penentuan harga jual produk perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta.

b. Wawancara

Menurut Indriantoro dan Supomo (2012), wawancara atau interview merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian. Yakni melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang terkait untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan penentuan harga jual produk Aquaphalandra. Wawancara ini ditujukan kepada Sdr Aditya Danu Wicaksono. selaku pemilik Aquaphalandra Farm.

c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2005), menyatakan bahwa Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk *tulisan, gambar, atau karya-karya monumental* dari seseorang. Yang merupakan suatu studi dokumentasi dengan cara menelaah buku-buku, jurnal, majalah, surat kabar, maupun dengan penelusuran melalui internet dan literatur-literatur yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti.

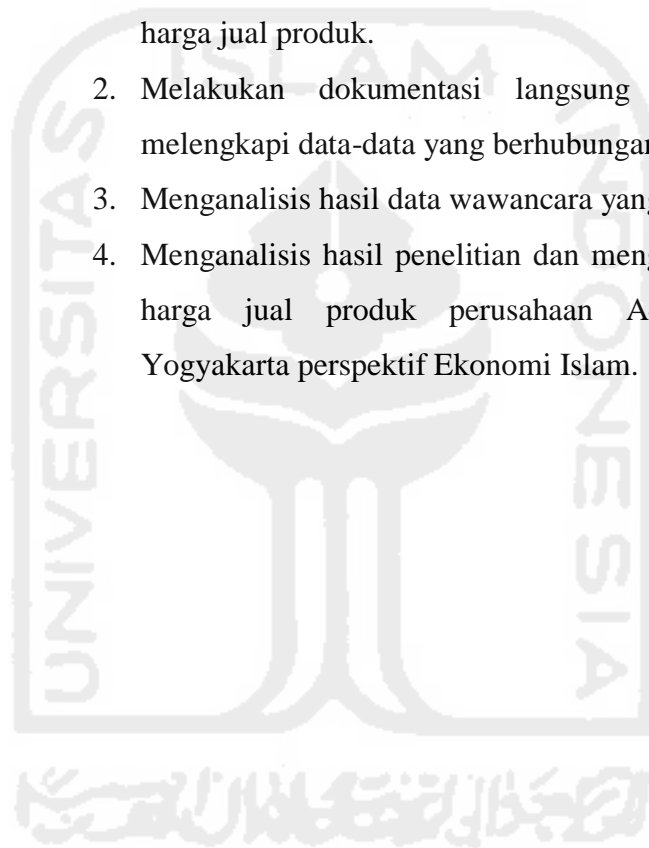
E. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu dengan cara memaparkan informasi-informasi faktual yang diperoleh dari perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta, yang berhubungan dengan penetapan harga jual dalam perspektif ekonomi Islam. Sehingga mendapatkan keadaan dan mekanisme penetapan harga jual yang berlangsung dalam perusahaan tersebut kemudian mengevaluasinya dengan berbagai teori ekonomi Islam yang berkaitan dengan pokok masalah dalam penelitian ini.

Hasil penelitian diperoleh menggunakan teknik wawancara secara mendalam dengan informan sebagai bentuk pencarian data dan dokumentasi langsung dilapangan yang kemudian peneliti analisis. Analisis ini terfokus kepada pemilik perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta mengenai penentuan harga perspektif Ekonomi Islam. Yang dikaitkan kepada beberapa unsur atau identifikasi masalah. Agar peneliti ini lebih objektif dan akurat, peneliti mencari informasi-informasi tambahan dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan untuk melihat langsung bagaimana penentuan harga produk perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta.

Untuk tahap analisis, yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk wawancara, pengumpulan data, dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti. Untuk dapat mengetahui sejauh mana informasi yang diberikan oleh informan penelitian, peneliti menggunakan beberapa tahap:

1. Melakukan wawancara kepada pemilik perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta mengenai penentuan harga jual produk.
2. Melakukan dokumentasi langsung dilapangan untuk melengkapi data-data yang berhubungan dengan penelitian.
3. Menganalisis hasil data wawancara yang telah dilakukan.
4. Menganalisis hasil penelitian dan mengevaluasi penentuan harga jual produk perusahaan Aquaphalandra Fam Yogyakarta perspektif Ekonomi Islam.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menguraikan data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan pada Bab I, yaitu Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta.

A. Sejarah Aquascape

Sejarah Dan Perkembangan Aquascape Di Dunia Aquascape dimulai di Negeri Jepang. Dan berasal dari negeri sakura tersebut. Pada tahun 1990, seni aquascape ini diperkenalkan oleh Takashi Amano yang berasal dari Jepang. Takashi Amano adalah seorang pencinta aquarium. Yang membuat seni aquascape menjadi sebuah seni menata aquarium yang terkenal di seluruh dunia. Ia juga menjadi seorang aquascaper yang paling berpengaruh di dunia. Teknik aquascape Takashi Amano ini meniru sebuah pemandangan alam yang ada di Jepang dengan gaya susunan asimetris yang relatif. Teknik dan gaya aquascape seperti ini menjadi teknik yang paling disukai dan digunakan oleh para aquascaper yang lain. Beberapa spesies tanaman yang unik dan sesuai dengan karakteristiknya, batu serta kayu apung yang bagus dijadikan perpaduan yang menarik dan pemilihan yang tepat oleh Takashi Amano yang kemudian banyak ditiru oleh sebagian besar aquascaper yang mengagumi beliau. Salah satu konsep yang paling terkenal dan banyak digunakan yaitu konsep estetika yang dinamakan konsep Jepang wabi-sabi. Konsep ini menonjolkan sebuah kefanaan dan gaya minimalis dari sebuah seni aquascape. Iwagumi adalah seorang aquascaper dari Jepang yang juga pintar menata dan mengatur sebuah seni yang cantik pada dunia aquarium. Penempatan batu dan konsep tata letak yang baik oleh Iwagumi menjadi sangat terkenal. Konsep tersebut memang mencerminkan sebuah tradisi dan budaya dari Negara Jepang yang diterapkan pada aquascape. Konsep tersebut juga sudah dibudidayakan oleh hampir seluruh aquascaper di seluruh dunia. Aquascape tersebut mulai masuk ke Indonesia sekitar tahun 1990-an. Takashi Amano

sampai membuat sebuah galeri tentang alam aquarium di Jepang. Di sana banyak dipamerkan tanaman alam aquarium yang menarik yang bisa dipraktikkan oleh para aquascape (Tagoleki, 2015).

Aquascape adalah seni mengatur tanaman air dan batu, batu karang, koral, atau kayu apung, secara alami dan indah di dalam aquarium sehingga memberikan efek seperti berkebum di bawah air. Aquascape biasanya terdiri dari ikan disamping juga tanaman. Walaupun bisa juga untuk menciptakan aquascape dengan tanaman saja, atau hanya dengan batu atau komponen lain tanpa ada tanaman. Tujuan utama dari aquascape adalah untuk menciptakan sebuah gambaran “bawah air”, sehingga aspek teknis pemeliharaan tanaman air juga harus dipertimbangkan. Banyak faktor yang harus seimbang dalam ekosistem dari sebuah tangki aquarium untuk memastikan keberhasilan terciptanya sebuah keindahan dari seni aquascape. Faktor-faktor ini meliputi penyaringan (filtrasi), mempertahankan kadar karbon dioksida (CO₂) pada tingkat yang cukup untuk mendukung fotosintesis bawah air, substrat dan pemupukan, pencahayaan, dan kontrol alga (Jocoscape, 2015).



Sumber: *Gambar Google*

Gambar 4.1: *Aquascape*

B. Profil Perusahaan

1. Sejarah Aquaphalandra Farm Yogyakarta

- Nama Perusahaan : AQUAPHALANDRA FARM YOGYAKARTA
- Tanggal Berdiri : Kamis, 21 Agustus 2014
- Alamat Perusahaan : JL. Seturan Raya, Puluhdadi 388E Yogyakarta.
- Jenis Perusahaan : Home Industri
- Jumlah Karyawan : 2
- Produk : Flora aquatic, Fauna aquatic, aksesoris aquatic, setting dan maintenance aquascape.
- Email : Aquaphalandra@yahoo.com

Perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta adalah perusahaan bisnis yang bergerak dalam bidang Aquarium. berdiri sejak tanggal 21 Agustus 2014. Pemilik perusahaan menilai bahwa adanya potensi yang cukup menjanjikan dalam bisnis Aquarium yang makin variatif membuat Aditya Danu Wicaksono memutuskan untuk mendirikan perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta. Perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta yang awalnya hanya menyediakan

produknya kepada pecinta Aquarium kini sudah mulai menyediakan produknya untuk masyarakat umum. Perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta juga menawarkan jasa berupa *setting* dan *maintenance Aquascape* bagi perusahaan umum yang membutuhkan jasanya maupun masyarakat umum (Wawancara Aditya Danu, 7 Mei 2015). Desain *Aquascape* sendiri mencakup sejumlah gaya yang berbeda-beda. Ada beberapa desain yang cukup sering di minati oleh konsumen, yaitu:

a. *Dutch Style*

Akuarium *Dutch Style* biasanya menata beberapa jenis tanaman yang memiliki warna daun, ukuran, dan tekstur beraneka ragam yang ditampilkan lebih sebagai taman bunga seperti yang seringkali kita temui di darat. Gaya ini dikembangkan di Belanda dimulai pada 1930-an, seiring dengan makin tersedianya peralatan tanaman yang dijual secara komersial. *Dutch Style* ini menekankan tanaman yang terletak di bagian depan akuarium dengan tinggi yang berbeda, dan sering kali justru mengabaikan penggunaan batu dan kayu apung

b. *Japanese Style*

Salah satu gaya dengan penataan kontras adalah *nature style* atau *Japanese style*, yang diperkenalkan pada 1990-an oleh Takashi Amano. Komposisi Amano yang menarik tentang teknik berkebun Jepang yang mencoba untuk meniru pemandangan alam dengan pengaturan yang asimetris dari tanaman air yang relatif sedikit dan pemilihan batu atau kayu apung yang selektif. Tujuannya adalah untuk menciptakan gelombang (*landscape*) di miniatur, daripada sebuah taman berwarna-warni.

c. *Biotopes*

Gaya di atas sering menggabungkan spesies tanaman dan hewan berdasarkan dampak visual yang diinginkan, tanpa

memperhatikan asal geografis. *Biotopes style* dirancang bukan untuk meniru persis habitat perairan tertentu di lokasi geografis tertentu, dan tidak perlu untuk menata suatu tampilan seperti taman.

d. *Paludariums*

Dalam gaya *paludarium* ini merupakan seni menata akuarium dengan sebagian dari tanaman berada di bawah air, dan sebagian di atas air. Penataan substrat dikondisikan sedemikian rupa sehingga beberapa daerah "tanah" sengaja dinaikkan di atas permukaan air, dan tangki diisi dengan air hanya sebagian / setengahnya saja. Hal ini memungkinkan tanaman, seperti *alternifolius Cyperus* dan *wallisii Spathiphyllum*, serta berbagai Anubias dan beberapa bromeliad, tumbuh dengan baik. Bagian akar dari tanaman-tanaman tersebut tetap berada di bawah air, tetapi puncak tanaman di udara.. Pada beberapa konfigurasi, tanaman yang mengapung di permukaan air, seperti eceng gondok dan *Pistia stratiotes*, dapat ditampilkan dengan baik.

e. *Saltwater Reefs*

Dutch style dan *Japanese Style* merupakan sistem penataan akuarium tradisional dengan menggunakan air tawar. Berbeda dengan gaya penataan *saltwater reefs* yang menggunakan air laut sebagai media utama. Tanaman hias yang dapat tumbuh di akuarium air laut relatif lebih jarang bila dibandingkan dengan air tawar. *Saltwater aquascaping* biasanya dibuat dengan meniru terumbu. Pengaturan batu karang membentuk struktur utama *aquascape* ini, dan biasanya dihuni oleh *invertebrata* laut serta ganggang merah seperti populasi yang kita temui pada terumbu karang, yang bersama-sama membentuk keindahan bawah laut. Pencahayaan memainkan peran yang sangat penting dalam *aquascape saltwater reefs*. Dengan memberikan pengaturan

pencahayaan yang intensif, efeknya tidak hanya mendukung kesehatan *invertebrata* yang hidup dalam ekosistem *saltwater reefs* ini, tetapi juga menimbulkan warna-warna cerah terutama dipancarkan oleh *mikroorganisme neon*.

2. Visi , Misi dan Moto Aquaphalandra Farm Yogyakarta

VISI Perusahaan

Menjadi perusahaan penyedia flora dan fauna aquatic terbaik di dunia.

MISI dan MOTO Perusahaan

- Mengembangkan sumber daya manusia dan sumber daya alam secara profesional.
- Menjadi perusahaan penyedia flora dan fauna aquatic terlengkap
- Perduli terhadap inovasi
- Inovasi pengembangan aquatic

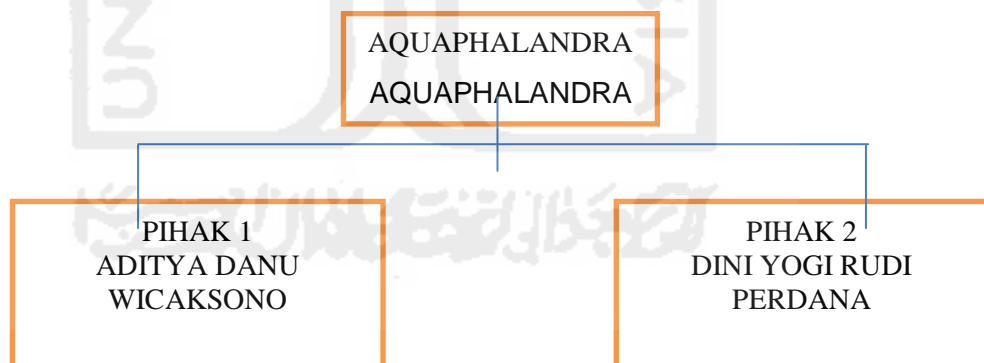
3. Lambang Perusahaan



Gambar 4.2: Logo Aquaphalandra Farm Yogyakarta

4. Struktur Organisasi

Berikut ini struktur organisasi perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta:



Sumber: Surat Perjanjian Usaha Aquaphalandra Farm, 2014

5. Jenis Usaha yang Dikelola

Menyediakan dan budidaya tanaman air dan ikan hias.

6. Pembagian Divisi Kerja di Aquaphalandra Farm Yogyakarta

Ada beberapa pembagian divisi kerja di Aquaphalandra Farm Yogyakarta (Wawancara Aditya Danu, 7 Mei 2015), yaitu:

a. *Produksi*

Bertanggung jawab atas ketersediaan barang produksi yang berlangsung di perusahaan serta mengevaluasi seluruh kegiatan produksi agar dapat mengetahui kekurangan dan kesalahan sehingga dapat dilakukan untuk kegiatan berikutnya.

b. *Pemasaran*

- Melakukan analisis pasar.
- Menentukan kebijakan dan strategi pemasaran perusahaan yang mencakup jenis produk yang akan dipasarkan, harga pendistribusian dan promosi.
- Mengidentifikasi permintaan atau kebutuhan konsumen dan tingkat persaingan.

7. Produk Aquaphalandra Farm Yogyakarta



Gambar 4.3: Aneka Macam Jenis Aquascape

Macam-macam produk perlengkapan Aquarium Aquaphalandra Farm:

- *Sirkulator*

Sirkulator adalah pompa air yang berperan untuk mengalirkan air dari bak Aquarium kedalam *filter*/saringan air.

- *Filter*

Berfungsi sebagai penyaring kotoran yang ada di dalam Aquarium.

- *Lampu Penerangan*

Berfungsi untuk menerangi setiap sisi Aquarium sehingga Nampak indah. Selain itu lampu penerangan juga berfungsi sebagai pengganti sinar matahari langsung dan juga baik untuk pertumbuhan tanaman maupun memperhambat pertumbuhan jamur di dalam Aquarium.

- *Pasir Kasar dan Pasir Lembut*

Berfungsi untuk membentuk dasar Aquarium dan tempat pertumbuhan akar tanaman.

- *Pupuk Dasar*

Berfungsi sebagai nutrisi tanaman dalam air tawar.

- *Aqua Segar*

Adalah pupuk cair yang berfungsi untuk menjaga kesehatan air dan memperlambat pertumbuhan alga serta jamur.

- *Tetra Bits dan Flowerhome*

Nama jenis makanan ikan dll.



Gambar 4.4: Produk Perlengkapan Aquarium



Gambar 4.5: *Produk Tanaman Hias dan Batu*

Danu (2015) menambahkan, ada berbagai jenis tanaman yang di jual serta di budidayakan oleh perusahaan Aquaphalandra Farm. Perusahaan Aquaphalandra Farm memilah jenis tanaman yang tidak membutuhkan perawatan lebih, dengan tujuan untuk mempermudah konsumen dalam melakukan perawatan. Berikut nama jenis-jenis tanaman produk Aquaphalandra Farm:

- *Water Wisteria*

Tanaman air tawar yang bisa tumbuh dengan cepat, menambah keindahan dan kedalaman Aquarium.

- *Lilaeopsis*

Tanaman yang menyerupai rumput dan tumbuh hingga 5cm. dapat menyebar dengan cepat ke seluruh lantai Aquarium.

- *Java Moss*

Java Moss adalah tanaman yang cukup populer untuk Aquarium air tawar. Cenderung tumbuh di kayu apung dan batu.

- *Anubias*

Tanaman Anubias dapat tumbuh mencapai 15cm dan memiliki daun gelap.

- *Java Fern*

java fern merupakan tanaman yang sangat populer dan minim perawatan sehingga dapat di tanam di semua area Aquarium.

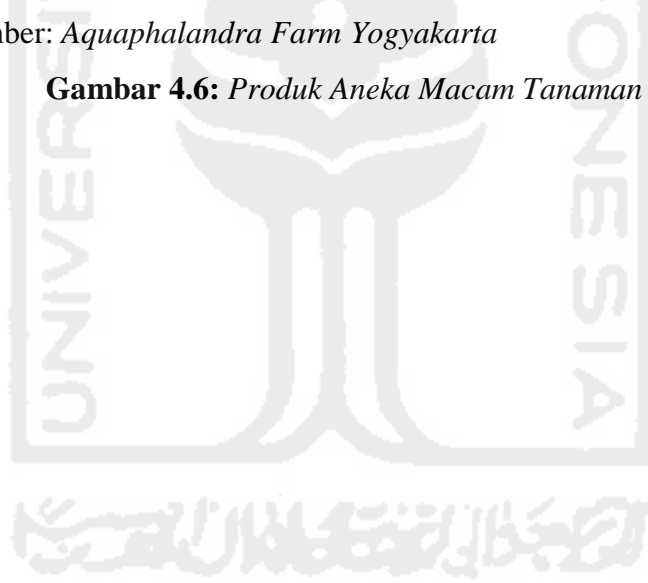
- *Green Tiger Lotus*

Tanaman air tawar yang mempunyai daun lebar dan mempunyai motif yang khas.



Sumber: *Aquaphalandra Farm Yogyakarta*

Gambar 4.6: *Produk Aneka Macam Tanaman Hias*



8. Daftar Harga Produk Aquaphalandra Farm Yogyakarta

a. Peralatan Akuarium:

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| 1) Lampu Aquarium LED | : Rp. 200.000 |
| 2) Filter Jebo 503 | : Rp. 60.000 |
| 3) Fan atau Pendingin Air | : Rp. 70.000 |
| 4) Pasir Dasar | : Rp. 20.000/karung |
| 5) Pupuk Dasar | : |
| | - Rp. 170.000 (1kg) |
| | - Rp. 90.000 (1/2kg) |
| 6) Batu Fossil | : |
| | - Rp. 50.000 (ukuran besar) |
| | - Rp. 30.000 (ukuran sedang) |
| | - Rp. 20.000 (ukuran kecil) |
| 7) Kayu | : Rp. 25.000 |
| 8) Aqua Segar | : Rp. 30.000 |
| 9) Tetra Bits | : Rp. 35.000 |
| 10) Flower Home | : Rp. 40.000 |

b. Tanaman Hias

- | | |
|----------------------|--------------|
| 1) Water Wisteria | : Rp. 25.000 |
| 2) Lilaeopsis | : Rp. 20.000 |
| 3) Java Moss | : Rp. 25.000 |
| 4) Anubias | : Rp. 30.000 |
| 5) Java Fern | : Rp. 25.000 |
| 6) Green Tiger Lotus | : Rp. 25.000 |

C. Pembahasan

Di dalam ekonomi teori, pengertian, harga, nilai, utility, merupakan konsep yang saling berhubungan. Yang dimaksud dengan utility ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang kemungkinan barang tersebut, dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan memuaskan konsumen.

Menurut Syafei (2000), dalam Ekonomi Islam harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa di mana kesepakatan tersebut diridai 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. Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syari`ah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syari`ah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga

yang dibayarkannya. Itulah sebabnya ekonomi Islam sangat menghargai harga yang terbentuk oleh kekuatan permintaan dan penawaran di pasar.

Berbagai pandangan muncul mengenai peraturan harga atau penentuan harga dalam pasar, yaitu:

1. Pandangan Harga Ditentukan Pasar

Menurut Al Maraqli (2001), dalam sejarah Islam masalah pengawasan atas harga muncul pada masa Rasulullah saw sendiri. Ibnu Qudamah Al-Maqdisi adalah salah seorang argumentator Mazhab Hambali menulis, bahwa imam (pemimpin pemerintah) tak memiliki wewenang untuk mengatur harga bagi penduduk. Penduduk boleh menjual barang-barang mereka dengan harga berapapun yang mereka sukai (A.A. Islahi, 1997). Ibnu Qudamah memberikan dua alasan tidak diperkenankannya mengatur harga:

- a) Rasulullah saw tidak pernah menetapkan harga, meskipun penduduk menginginkannya. Bila itu di bolehkan, pastilah Rasulullah akan melaksanakannya.
- b) Menetapkan harga adalah sesuatu ketidakadilan (*zulm*) yang dilarang. Ini melibatkan hak milik seseorang didalamnya setiap orang memiliki hak untuk menjual pada harga berapa pun; asal ia sepakat dengan pembelinya.

Ibnu Qudamah menganalisis penetapan harga dari pandangan ekonomis juga mengindikasikan tak menguntungkan bentuk pengawasan atas harga. Harga yang tinggi, pada umumnya bermula dari situasi meningkatnya permintaan atau menurunnya penawaran. Pengawasan harga hanya akan memperburuk situasi tersebut. Harga yang rendah akan mendorong permintaan baru atau meningkatkan permintaan, juga akan mengecilkan hati para importer untuk mengimpor barang tersebut. Pada saat yang sama akan mendorong

produksi dalam negeri mencari pasar luar negeri atau menahan produksinya, sampai pengawasan harga secara lokal itu dilarang. Akibatnya, akan terjadi kekurangan penawaran. Argumentasi Ibnu Qudamah melawan penetapan harga oleh pemerintah serupa dengan para ahli ekonomi modern. Tetapi, sejumlah ahli fiqh Islam mendukung kebijakan pengaturan harga, walaupun baru dilaksanakan dalam situasi penting dan menekankan perlunya kebijakan harga yang adil.

2. Pandangan Harga yang Diatur

Siddiq (1972) menyebutkan bahwa, menurut Ibnu Taimiyah kontroversi antara para ulama tentang masalah harga berkisar dua poin. *Pertama*, jika terjadi harga yang tinggi dipasaran dan seseorang berusaha menetapkan harga yang lebih tinggi daripada harga sebenarnya, perbuatan mereka Mazhab Maliki harus dihentikan, tetapi bila para penjual mau menjual di bawah harga semestinya, perbuatan mereka dibiarkan saja. Menurut Syafi'i atau penganut Ahmad bin Hambal seperti Abu Hafz Al-'Akbari, Qadi Abu Ya'la dan lainnya mereka tetap menentang berbagai campur tangan terhadap kejadian itu, demikian juga yang dinyatakan oleh M Nejatullah Siddiq, bahwa Islam memberikan kepercayaan sangat besar kepada mekanisme pasar.

Poin *kedua*, dari perbedaan pendapat antara ulama adalah penetapan harga maksimum bagi para penyalur barang dagangan, ketika mereka telah memenuhi kewajibannya. Inilah pendapat yang bertentangan dengan mayoritas para ulama bahkan Maliki sendiri. Tetapi, beberapa ahli seperti Sa'id bin Musayyib, Rabi'ah bin Abdul Rajman dan Yahya bin Sa'id dilaporkan menyetujuinya. Para pengikut Abu Hanifah berkata bahwa otorita harus menetapkan harga, hanya bila masyarakat menderita akibat peningkatan harga itu, dimana hak penduduk harus dilindungi dari kerugian diakibatkan olehnya.

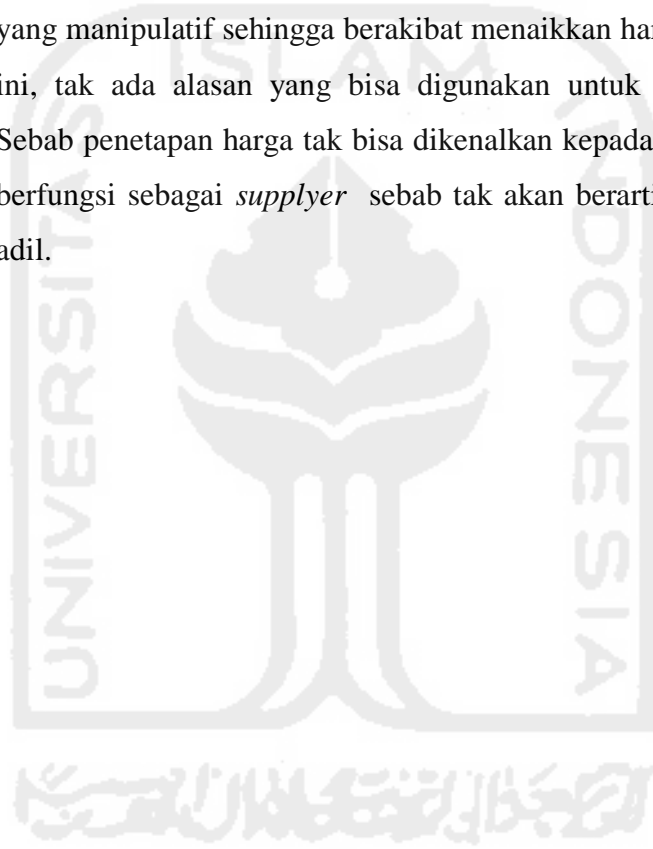
AA. Islahi (1995) menyebutkan, Ibnu Tamiyah membuktikan bahwa Rasulullah saw sendiri menetapkan harga yang adil jika terjadi perselisihan antara dua orang. Hal tersebut dapat diketahui dari kondisi berikut:

- a) Bila dalam kasus pembebasan budaknya sendiri, ia mendeskripsikan bahwa harga yang adil dari budak itu harus dipertimbangkan tanpa adanya tambahan atau pengurangan dan setiap orang harus diberi bagian dan budak itu harus dibebaskan.
- b) Dilaporkan ketika terjadi perselisihan antara dua orang, salah satu pihak memiliki pohon yang sebagian tumbuh di tanah orang. Pemilik tanah menemukan adanya jejak langkah pemilik pohon di atas tanahnya, yang dirasa mengganggu, ia mengajukan masalah itu kepada Rasulullah saw. Rasulullah memerintahkan pemilik pohon itu untuk menjual pohon itu kepada pemilik tanah dan menerima kompensasi atau ganti rugi yang adil kepadanya. Orang itu ternyata tak melakukan apa-apa. Kemudian Rasulullah saw membolehkan pemilik tanah untuk menebang pohon tersebut dan ia memberikan kompensasi harganya kepada pemilik pohon

Ibnu Tamiyah menegaskan bahwa Rasulullah saw pernah melakukan penetapan harga. Dalam dua kasus tersebut ia melanjutkan penjelasannya, jika harga itu bisa ditetapkan untuk memenuhi kebutuhan satu orang saja, pastilah akan lebih logis kalau hal itu ditetapkan untuk memenuhi kebutuhan publik atas produk makanan, pakaian dan perumahan karena kebutuhan umum itu jauh lebih penting ketimbang kebutuhan seorang individu

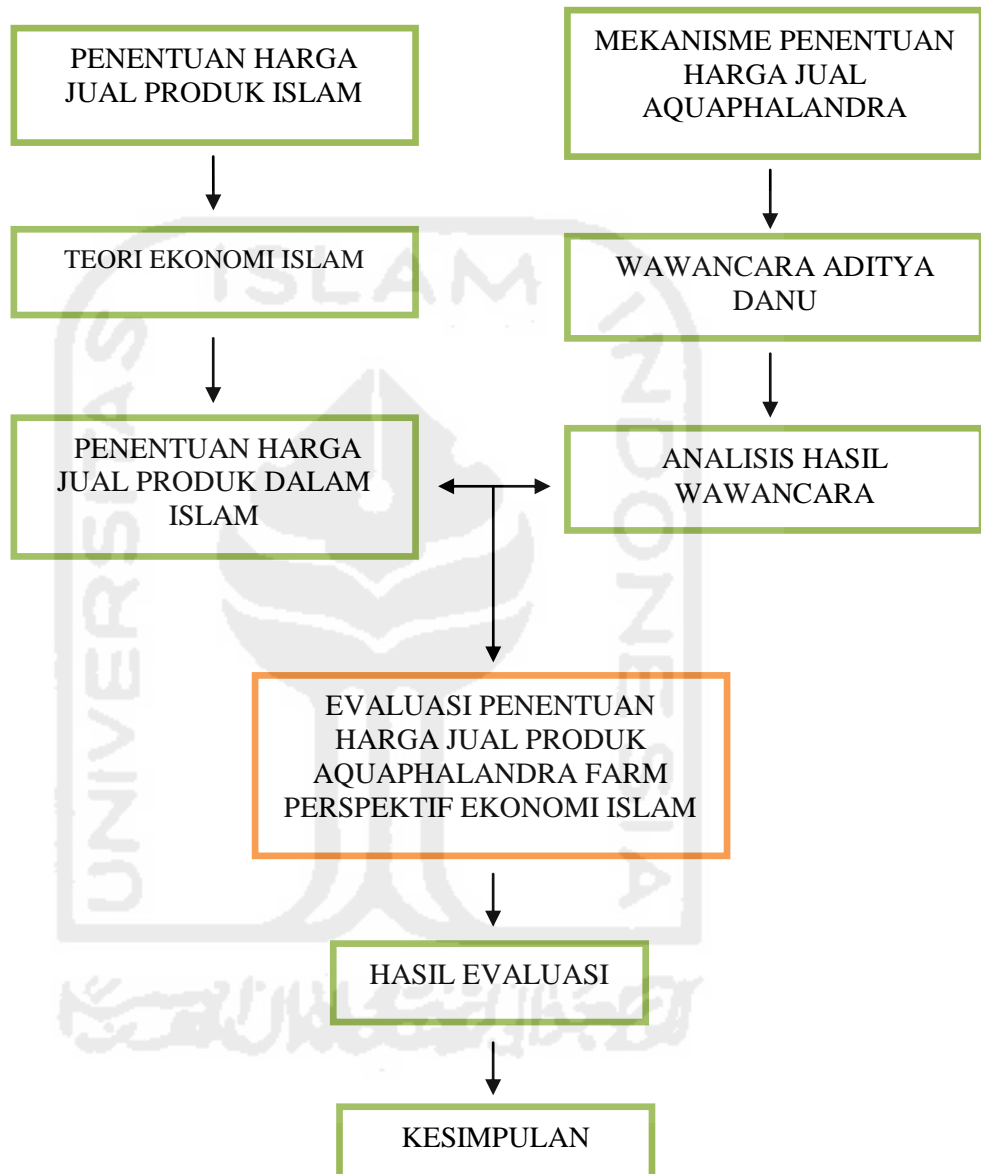
Salah satu alasan lagi mengapa Rasulullah SAW menolak menetapkan harga adalah, pada waktu itu tak ada kelompok yang

secara khusus hanya menjadi pedagang, di Madinah. Para penjual dan pedagang merupakan orang yang sama, satu sama lain (A.A. Islahi, 1997). Tak seorang pun bisa dipaksakan untuk menjual sesuatu. Karena penjualannya tak bisa diidentifikasi secara khusus. Jika harga ditetapkan kepada siapa penetapan harga itu akan dipaksakan?. Itulah sebabnya penetapan harga hanya mungkin dilakukan jika diketahui secara persis ada kelompok yang melakukan perdagangan dan bisnis yang manipulatif sehingga berakibat menaikkan harga. Dengan kondisi ini, tak ada alasan yang bisa digunakan untuk menetapkan harga. Sebab penetapan harga tak bisa dikenalkan kepada seseorang yang tak berfungsi sebagai *supplier* sebab tak akan berarti apa-apa atau tidak adil.



D. Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk

Berikut ini adalah bagan/alur penelitian oleh peneliti:



Peneliti dapat mengambil intisari mengenai penentuan harga jual perspektif Ekonomi Islam. Ada *empat* hal yang peneliti dapatkan untuk mengevaluasi penentuan harga jual produk dan ketentuan perusahaan dapat dikatakan menerapkan praktek penentuan harga jual produk Islam. Berikut ini adalah hasil analisis oleh peneliti:

1. Adil

Transparansi akan kondisi barang yang akan dijual kepada pembeli. Mengenai harga yang tidak menimbulkan Exploitasi atau penindasan sehingga tidak merugikan pihak lain. Yang dimaksud yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat barang atau produk yang setara dengan harga yang dibayarkan.

2. Melihat Kondisi Pasar

Harga terbentuk oleh kekuatan pasar dan penawaran di pasar. Harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual.

3. Tidak Berlebihan

Penjual tidak menetapkan harga yang lebih tinggi dari pada harga sebenarnya.

4. Naiknya Harga Karena Pasar

Ibnu Tamiyah menjelaskan bahwa harga naik karena kekuatan pasar, bukan karena ketidak sempurnaan dari pasar itu sendiri. Dalam kasus terjadinya kekurangan misal, menurunnya penawaran berkaitan dengan menurunnya produksi, bukan karena kasus penjual menimbun atau menyembunyikan penawaran.

E. Analisis Penentuan Harga Jual Produk

1. Laporan Hasil Wawancara

Dari hasil Wawancara yang peneliti lakukan serta analisis mendalam oleh peneliti mengenai penentuan harga jual perspektif Ekonomi Islam. Peneliti melakukan evaluasi penentuan harga jual produk perusahaan, bahwasanya perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta telah menerapkan praktek penentuan harga jual produk secara islam. Aditya Danu Wicaksono (Narasumber) sebagai pemilik Aquaphalandra Farm Yogyakarta serta pendiri perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta sejak 21 Agustus 2014 memutuskan untuk berbisnis di bidang usaha kreatif. Ada beberapa masalah yang terjadi pada pelaku usaha di bidang industri kreatif, khususnya mengenai penentuan harga jual produk yang simpangsiur. Tidak adanya batasan mengenai penentuan harga oleh pemerintah kepada usaha kreatif tentu menjadi kendala tersendiri kepada pelaku usaha. Akan tetapi perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta memiliki potensi untuk bersaing dalam usaha kreatif. Sebagai mana yang dijelaskan oleh pemilik perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta, Danu, saat diwawancara pada rabu (7/8) Danu, “potensi perusahaan kami masih terus kita gali, dengan memperlengkap jenis tanaman dan peralatan Aquarium dapat membantu perusahaan dalam menciptakan inovasi-inovasi baru kepada konsumen. Dengan demikian Aquaphalandra Farm Yogyakarta mampu bersaing dengan produk perusahaan lain.”

Salah satu upaya Aquaphalandra Farm Yogyakarta adalah membentuk pedagang *integratif*, dengan demikian Aquaphalandra Farm Yogyakarta akan lebih mudah mengidentifikasi peluang untuk membangun dan memperoleh bisnis yang berkaitan dengan produk perusahaan lain. Sebagaimana di ungkapkan oleh saudara Danu, “membentuk pedagang integratif dengan mengakuisisi pemasok atau

pedagang dapat meningkatkan pendapatan, sehingga tujuan yang ditetapkan sebelumnya dan strategi pemasaran kita menjadi lebih baik.” Kemudian hal tersebut akan mempengaruhi penentuan harga jual produk perusahaan. Danu (7/8) menjelaskan, kualitas produk dan permintaan pasar mempengaruhi langkah perusahaan dalam menentukan harga jual. Apabila perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta mampu menciptakan nilai tambah pada suatu produk maka perusahaan dapat menentukan harga jual yang lebih dari harga yang ada dipasaran. Selain itu, permintaan pasar/konsumen juga dapat mempengaruhi penentuan harga jual produk karena permintaan pasar selalu dihubungkan dengan harapan pelanggan dan situasi pembelian tertentu.

Aquaphalandra Farm Yogyakarta telah melakukan langkah-langkah mengenai evaluasi penentuan harga jual produk yang diterapkan. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Aditya Danu Wicaksono, selaku pemilik perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta, “kita mengevaluasi penentuan harga jual produk dengan mempertimbangkan kualitas produk”. Mengenai keadaan iklim alam dan cuaca, Danu menambahkan, “Cuaca mempengaruhi kami dalam sektor produksi khususnya pada pembudidayaan tanaman karena bisa memperlambat pertumbuhan tanaman, maka dari itu kami mencoba untuk menerapkan standar minimal persediaan produk apabila cuaca kurang baik kami bisa mengatasi dengan meningkatkan harga jual sampai persediaan kembali normal.” Lalu Danu menjelaskan, perusahaan melakukan transparansi kepada konsumen mengenai spesifikasi dan kegunaan produknya, dengan harapan agar konsumen membeli sesuai dengan kebutuhan dan membantu menambah wawasan bagi konsumen.

Setiap perusahaan melakukan evaluasi mengenai penentuan harga jual produk. Karena dengan melakukan evaluasi penentuan harga jual produk, perusahaan dapat mengukur sejauh mana suatu

perusahaan akan berkembang. Danu menjelaskan tentang evaluasi penentuan harga jual produk yang dibutuhkan oleh perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta. "Ada beberapa yang harus kita pertimbangkan dalam mengevaluasi penentuan harga jual yaitu, kualitas produk dan kondisi pasar. Kami menetapkan harga produk kami dengan mempertimbangkan kualitas produk dan kondisi pasar, semakin baik kualitas produk semakin tinggi nilai harga jualnya. Melihat kondisi pasar juga sama pentingnya, kami melihat pangsa pasar yang telah ada dan membedakan harga antara Pelajar, Mahasiswa, dan masyarakat umum."

Pelayanan perusahaan menjadi nilai tambah bagi perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta. "Memberikan pelayanan yang baik sudah menjadi tanggung jawab kami sebagai pelaku usaha." Danu menambahkan, Aquaphalandra Farm Yogyakarta mendapatkan beberapa manfaat dari pelayanan perusahaan yang perusahaan terapkan. Seperti, adanya ikatan antara konsumen dan perusahaan sehingga konsumen tidak memperlakukan harga yang di terapkan oleh perusahaan. Konsumen bisa menjadi media iklan secara gratis, karena pelayanan perusahaan yang baik bisa unggul dalam persaingan. Dengan begitu perusahaan bisa dikatakan satu langkah di depan, karena konsumen mempercayai baik dari segi kualitas produk maupun pelayanan Aquaphalandra Farm Yogyakarta (Wawancara Aditya Danu, 7 Mei 2015)

a. Penentuan Harga Produk Oleh Perusahaan

Adapun mekanisme Perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta dalam menentukan harga jual produk (Wawancara Aditya Danu, 7 Mei 2015), yaitu:

1) Kualitas produk

Kualitas produk menjadi jaminan utama perusahaan dalam menentukan harga jual. Semakin baik kualitas

produk maka akan semakin tinggi pula harga yang diterapkan oleh setiap perusahaan. Dengan produk yang berkualitas perusahaan tidak akan merasa ragu untuk menentukan harga jual produknya kepada konsumen dan sebaliknya, konsumen tidak merasa ragu untuk membeli produk yang mempunyai kualitas pada perusahaan tersebut.

2) *Kondisi Pasar*

Perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta melakukan evaluasi penentuan harga jual produk melihat pada pangsa pasar yang telah ada. Antara masyarakat umum, khususnya Pelajar, Mahasiswa, dan Perkerja tentu penentuan harganya berbeda. Ketentuan ini tentunya dapat menjadikan strategi perusahaan selain untuk merambah pasar yang lebih luas juga untuk melakukan sosialisasi produk dan seni yang ada di dalam Aquascape.

b. *Pelayanan Perusahaan*

Memberikan pelayanan yang baik sudah menjadi tanggung jawab perusahaan. Tanpa adanya pelayanan yang baik, perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta tidak mungkin bisa mendapatkan banyak konsumen. Pemberian kualitas yang baik bisa menjadi cara perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta untuk menarik perhatian konsumen agar perusahaan bisa terus berkembang. Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik pula untuk perusahaan. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan, perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta mendapatkan beberapa manfaat, seperti:

- 1) Adanya ikatan antara perusahaan dengan konsumen.

Dengan melakukan pelayanan yang baik, konsumen bisa jadi akan menjadi pelanggan tetap perusahaan.

- 2) Konsumen menjadi media iklan secara gratis.

Dengan kepuasan konsumen terhadap pelayanan perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta, konsumen bisa menyebarkan mengenai hal tersebut kepada rekan-rekan atau tetangganya sehingga perusahaan akan lebih mudah dikenal.

- 3) Konsumen tidak akan mempermasalahkan mengenai harga

Karena rasa kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, maka konsumen tidak mudah mempermasalahkan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan perusahaan.

- 4) Ungul dalam persaingan.

Perusahaan bisa dikatakan satu langkah didapan dalam bersaing, karena konsumen mempercayai baik dari segi pelayanan maupun kualitas produk perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta

2. Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk

Berikut ini hasil analisis evaluasi penentuan harga jual produk perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta perspektif Ekonomi Islam oleh peneliti:

a. Penentuan Harga Jual Produk Secara Adil

Penentuan harga yang dilakukan oleh perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta sudah bersifat adil kepada calon pembeli atau konsumen. Dengan menjelaskan spesifikasi barang, kualitas, dan manfaat produk dapat membantu menambah wawasan bagi calon konsumen, sehingga calon konsumen dapat membeli produk perusahaan sesuai dengan kebutuhannya. Perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta juga menyediakan jasa perawatan tanaman. Yaitu, dengan cara membagi ilmu mengenai berbagai jenis tanaman. Selain menjadi strategi pemasaran, perusahaan menilai konsumen tidak akan mempermasalahakan mengenai harga karena rasa kepercayaan konsumen terhadap produk perusahaan Aquaphaladra Farm Yogyakarta.

Menurut Syafei (2000) sesuai dengan Ekonomi Islam, harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang /jasa di mana kesepakatan tersebut diridai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

Dalam upaya penentuan harga jual produk yang adil, perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta membentuk pedagang *Integratif*. yaitu dengan cara mengakuisisi mengumpulkan pedagang, pemasok atau grosir yang belum terorganisir. Dalam ekonomi Islam langkah ini dapat meningkatkan pasar persaingan sehat antar pelaku usaha sehingga tercipta harga yang adil.

b. Penentuan Harga Jual dipengaruhi Oleh Kondisi Pasar

Penentuan harga jual produk dalam Islam juga dipengaruhi oleh kondisi pasar. Terlihat dari cara pihak perusahaan menentukan harga jual produk, yaitu:

1) *Kualitas Barang*

Perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta menentukan harga jual dari kualitas barang yang ada, yang *artinya* pihak perusahaan menyesuaikan harga tergantung pada kualitas barang. Semakin baik kualitasnya maka semakin tinggi harga jual. Kualitas barang dalam pasaran tentu akan sangat mempengaruhi minat konsumen.

2) *Permintaan pasar atau konsumen*

Permintaan pasar juga menjadi pertimbangan perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta dalam menentukan harga jual produk. Karena menurut pihak perusahaan, permintaan pasar adalah penentuan harga yang di hubungkan dengan harapan pelanggan dan situasi pembeli yang khusus. Yang artinya akan ada harga turun jika permintaan meningkat.

c. Penentuan Harga Tidak Berlebihan.

Penentuan harga dalam perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta menurut peneliti tidaklah berlebihan. Karena dalam penerapannya perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta menentukan harga sesuai dengan kualitas produk yang di pasarkan, yaitu semakin baik kualitas produk semakin tinggi pula harga dipasaran. Selain itu penentuan harga juga di pengaruhi oleh tingkat permintaan, sehingga dalam prakteknya perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta selalu melihat kondisi pasar dalam menentukan harga jual produk.

Menurut Ibnu Taimiyah tentang masalah harga pada poin *pertama* menjelaskan, bahwa Islam memberikan kepercayaan sangat besar kepada mekanisme pasar (Siddiq, 1972).

d. Naiknya Harga Karena Pasar.

Pada contoh kasus produksi yang terjadi di perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta yaitu mengenai pembudidayaan yang sempat terhambat karena faktor keadaan iklim mempengaruhi laju perkembangan produksi khususnya pada sektor tanaman. Langkah perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta menerapkan standar minimal persediaan barang pada produk tanaman dengan tujuan apabila terjadi iklim yang kurang baik, perusahaan tetap memunyai cadangan tanaman yang selanjutnya akan dibudidayakan kembali maupun untuk kebutuhan konsumen. Apabila permintaan pasar meningkat pada saat iklim yang kurang baik perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta akan menaikkan harga jual dengan tujuan untuk menjaga serta menyeimbangkan persediaan tanaman. Peningkatan nilai harga produk dalam perusahaan berlangsung hingga persediaan kembali normal sesuai dengan standar perusahaan. Dengan menerapkan sistem tersebut maka pendapatan perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta akan tetap terjaga. *Contoh khusus* pada perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta mengenai perubahan iklim mempengaruhi penentuan harga ini sependapat dengan AA. Islahi (1995) Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa, harga naik karena kekuatan pasar, bukan karena ketidak sempurnaan dari pasar itu sendiri. Dalam kasus terjadinya kekurangan misal, menurunnya penawaran

berkaitan dengan menurunnya produksi, bukan karena kasus penjual menimbun atau menyembunyikan penawaran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai evaluasi penentuan harga jual produk perspektif ekonomi Islam, maka penulis menyimpulkan bahwasanya perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta telah menerapkan mekanisme penentuan harga jual produk secara Islam. Hal tersebut bisa di tinjau melalui cara perusahaan dalam menentukan harga jual produk secara Islam, yaitu:

a. Adil

Transparansi kondisi barang yang akan dijual kepada pembeli. Mengenai harga yang tidak menimbulkan Exploitasi atau penindasan sehingga tidak merugikan pihak lain. Yang dimaksud yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat barang atau produk yang setara dengan harga yang dibayarkan.

b. Melihat Kondisi Pasar

Harga terbentuk oleh kekuatan pasar dan penawaran di pasar. Harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual.

c. Tidak Berlebihan

Penjual tidak menetapkan harga yang lebih tinggi dari pada harga sebenarnya.

d. Naiknya Harga Karena Pasar

Harga naik karena kekuatan pasar, bukan karena ketidak sempurnaan dari pasar itu sendiri. Dalam kasus terjadinya kekurangan misal, menurunnya penawaran berkaitan dengan menurunnya produksi, bukan karena kasus penjual menimbun atau menyembunyikan penawaran.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah Aquaphalandra Farm Yogyakarta harus terus mempertahankan penentuan harga jual secara Islam.



DAFTAR PUSTAKA

Abdullah Mustufa al Maraqli (2001), *Pakar-Pakar Fiqh Sepanjang Sejarah*, LKPSM, Yogyakarta.

Bayu Cahyono “*Analisis Strategi Penetapan Harga Pada Taman Pintar Yogyakarta*” Yogyakarta, Tesis ,Bayu Cahyono 11410134004 (2013)

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chhandra dan Dadi Adriana, *Pemasaran Strategi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008).

Fandy Tjiptono, *Service Marketing Esensi dan Aplikasi*, Edisi I, (Yogyakarta:Marknesis, 2009).

<http://hargayangadill.blogspot.com/2011/02/definisi-harga-islam.html?m=1>. Diakses pada tanggal 3 Mei 2015

<https://id.wikipedia.org/wiki/Evaluasi>. Diakses pada tanggal 19 Januari 2017

<http://jocoscape.blogspot.co.id/2015/03/definisi-aquascape.html?m=1>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2015

<http://pusdiklat.kemenperin.go.id/index.php/informasi/artikel/umum/artikelnasional/526-peluang-dan-tantangan-industri-kreatif-nasional.html>. Diakses pada tanggal 23 juni 2015

<http://tagoleki.com/2015/10/02/sejarah-dan-perkembangan-aquascape/>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2015

<http://www.pengertianahli.com/2014/03/pengertian-evaluasi-apa-itu-evaluasi.html>.

Diakses pada tanggal 19 Januari 2017

Ibnu Qudamah al-Maqdisi, “al-Sharh al-Kabir” (mesir, 1374 H), dicetak pada garis tepi dari kitab al-Mughni oleh Ibnu Qudamah, Vol.4, hal. 44-45, dikutip oleh A.AIslahi (1997)

Ibnu Tamiyah, “al-Hisbah”, hal. 40 dalam Islahi. A.A Islahi (1997)

Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM).

Indriantoro, Nur & Supono, Bambang. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE

Kutipan artikel *Jogja Media*, Media Informasi Jogjakarta tahun 2014.

Meria Magdalena,. *Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Bakpia (Studi Kasus pada Bakpia Djogdja)*. Yogyakarta: Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. 2010

Muhammad Nejatullah Siddiq (1972), “The Economic Enterprice” Lahore, Islam Publication, hal.90 dalam Monzer Lahf (1995), *Ekonomi Islam, Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomin Islam (terj)*, Pustaka Firdaus, Yogyakarta.

Nanik Susanti “*Penentuan Harga Jual Produk Pisau pada UKM ‘Bareng Jaya’*” Jurnal SIMETRIS, Vol 4 No 1 November 2013

Neny Fitriyah,. *Evaluasi Penetapan Harga Jual Jasa Wedding Organizer (Studi Kasus pada Oro Islamic Wedding and Event Organizer Malang)*. Malang: Skripsi, Universitas Brawijaya.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2011).

Rachmat Syafei. *Fiqih Muamalah* (Bandung : Pustaka Setia, 2000)

Retno Dewanti, *Kewirausahaan* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2008).

Sudarto, “*Strategi Penetapan Harga Pada Bisnis Ritel* (Staf Pengajar Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Semarang)”. Jurnal Orbith, VOL. 10 NO. 1 MARET 2014

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV.Alfabeta, 2005)

Supardi. 2005. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.

Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012)

Verina H. Secapramana, “*Model Dalam Strategi Penetapan Harga* (Fakultas Psikologi Universitas, Surabaya)” Jurnal Unitas , Vol. 9, No. 1, September 2000 – Februari 2001

Wawancara dengan Aditya Danu Wicaksono (pemilik perusahaan Aquaphalandra Farm Yogyakarta) pada 7 Mei 2015

LAMPIRAN

Daftar Harga Produk Aquaphalandra

Peralatan Akuarium:

- 1) Lampu Aquarium LED : Rp. 200.000
- 2) Filter Jebo 503 : Rp. 60.000
- 3) Fan atau Pendingin Air : Rp. 70.000
- 4) Pasir Dasar : Rp. 20.000/karung
- 5) Pupuk Dasar :
 - Rp. 170.000 (1kg)
 - Rp. 90.000 (1/2kg)
- 6) Batu Fosil :
 - Rp. 50.000 (ukuran besar)
 - Rp. 30.000 (ukuran sedang)
 - Rp. 20.000 (ukuran kecil)
- 7) Kayu : Rp. 25.000
- 8) Aqua Segar : Rp. 30.000
- 9) Tetra Bits : Rp. 35.000
- 10) Flower Home : Rp. 40.000

Tanaman Hias:

- 1) Water Wisteria : Rp. 25.000
- 2) Lilaeopsis : Rp. 20.000
- 3) Java Moss : Rp. 25.000
- 4) Anubias : Rp. 30.000
- 5) Java Fern : Rp. 25.000
- 6) Green Tiger Lotus : Rp. 25.00

Transkrip Wawancara

1. Bagaimana penilaian perusahaan Aquaphalandra Farm mengenai potensi bisnis yang dijalani sekarang?

Jawaban : *“Sangat potensial, karena menurut pendapat saya Aquaphalandra Farm masih dikenal oleh sedikit orang. Selain itu perusahaan kita juga punya banyak inovasi lainnya, seperti tanaman dll. Bisa jadi alternatif”*.

2. Adakah pesaing perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sama dalam bisnis anda?

Jawaban : *“Kalau pesaing itu di Jogja ada banyak yang jual seperti Aquaphalandra ”*.

3. Bagaimana cara perusahaan dalam menghadapi persaingan harga yang terjadi antar pelaku bisnis selama ini?

Jawaban : *“Saya menganggapnya itu bukan persaingan, tapi untuk bahan evaluasi untuk kita, sampai mana perkembangan Aquaphalandra. Selain itu juga ada beberapa yang saya jadikan patner bisnis.”*

4. Jelaskan bagaimana penentuan harga jual yang baik menurut perusahaan Aquaphalandra Farm?

Jawaban : *“Menurut saya, yang baik itu dengan melihat kualitas barangnya dulu, jika bagus ya kita tingkatkan harga jual nya, begitu juga sebaliknya. Terus kita juga lihat dari kondisi pasar konsumen kita, siapa yang membeli, soalnya antara harga untuk mahasiswa dan umum saya bedakan.*

5. Apakah penetapan harga jual berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan?

Jawaban : *“Berpengaruh sekali, biasanya untuk harga tanaman itu kita tergantung pada kondisi iklim atau cuaca”*.

6. Seberapa penting evaluasi penentuan harga jual jika dilakukan perusahaan industri kreatif seperti Aquaphalandra Farm?

Jawaban : *“Sangat penting, setiap minggu ada meeting, biasanya untuk merespon keadaan pasar dan hasil penjualan kita”*.

Surat Perjanjian Usaha Aquaphandra



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Penulis dilahirkan di Cilacap pada tanggal 24 Desember 1993 sebagai anak ke dua dari dua bersaudara pasangan Rustantinah dan Heru Riyanto. Saat ini ia bertempat tinggal di Jl. Madura No. 26 Rt. 02 Rw. 04, Cilacap. Hp: 087839059309. Alamat E-mail: pradestaburhan93@gmail.com. Pendidikan SMU di Tempuh di MA Mu'allimin Yogyakarta, lulus pada tahun 2011. Pada tahun 2011 penulis di terima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

