

**PSTRATEGI BERSAING DALAM PENETAPAN HARGA
PADA KULINER AMANAH MAHASISWA IAIN PALANGKA
RAYA**

Disusun Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Syariah

SKRIPSI



Disusun Oleh

Hermawati
NIM. 1504120462

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN EKONOMI ISLAM

PRODI EKONOMI SYARI'AH

TAHUN 1441 H/2019 M

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI BERSAING DALAM PENETAPAN
HARGA PADA KULINER AMANAH MAHASISWA
IAIN PALANGKA RAYA

NAMA : HERMAWATI

NIM : 1504120462

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

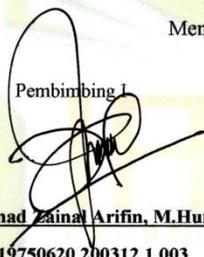
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARI'AH

JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, September 2019

Menyetujui,

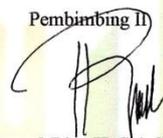
Pembimbing I



Muhammad Zainal Arifin, M.Hum

NIP. 19750620 200312 1 003

Pembimbing II



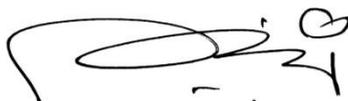
Muhammad Riza Hafizi, SE., M.Sc

NIP. 19880617 201903 1 006

Mengetahui,

Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam

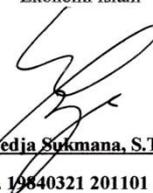


Dr. Sabian Utsman, S.H., M.Si

NIP. 19631109 199203 1 004

Ketua Jurusan

Ekonomi Islam



Enriko Fedja Sukmana, S.Th.L., M.Si

NIP. 19840321 201101 1 012

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudari Hermawati

Palangka Raya, Oktober 2019

Kepada
Yth, Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN Palangka Raya
Di-
Palangka Raya

Assalamu'alaikum Wr. Wb

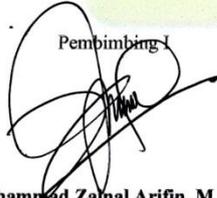
Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara :

Nama : **Hermawati**
NIM : **1504120462**
Judul : **STRATEGI BERSAING DALAM PENETAPAN HARGA PADA KULINER AMANAH MAHASISWA IAIN PALANGKA RAYA**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Ekonomi Syari'ah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

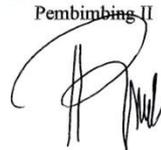
Pembimbing I



Muhammad Zainal Arifin, M.Hum

NIP. 19750620 200312 1 003

Pembimbing II



Muhammad Riza Hafizi, SE., M.Sc

NIP. 19880617 201903 1 006

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “STRATEGI BERSAING DALAM PENETAPAN HARGA PADA KULINER AMANAH MAHASISWA IAIN PALANGKA RAYA” Oleh Hermawati NIM : 1504120462 telah dimunqasyahkan Tim *Munqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 29 Oktober 2019

Palangka Raya, Oktober 2019

Tim Penguji

1. Sofyan Hakim, M.M
Ketua Sidang/Penguji

(.....)

2. Enriko Tedja Sukmana, M.SI
Penguji I

(.....)

3. M. Zainal Arifin, M.Hum
Penguji II

(.....)

4. M. Riza Hafizi, M.Sc
Sekretaris/Penguji

(.....)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Sabian Utsman, S.H, M.Si
NIP. 19631109 199203 1 004

STRATEGI BERSAING DALAM PENETAPAN HARGA PADA KULINER AMANAH MAHASISWA IAIN PALANGKA RAYA

ABSTRAK

Oleh: HERMAWATI

Penelitian skripsi ini menjelaskan tentang strategi bersaing dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya yang dilatarbelakangi oleh ketatnya persaingan di dunia usaha makanan dan minuman pada saat ini, sehingga berlomba-lomba dalam persaingan yang bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Salah satu upaya mereka dalam mempertahankan pelanggan dengan cara menetapkan harga jual produk yang sebaik-baiknya, karena harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran. Penelitian ini berfokus pada tiga rumusan masalah yaitu; 1) Bagaimana langkah-langkah dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya; 2) Bagaimana strategi dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya; dan 3) Bagaimana konsep harga dalam perspektif ekonomi Islam pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Adapun subjek penelitian ini adalah *owner* Kuliner Amanah dua orang dan informan yaitu konsumen Kuliner Amanah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengabsahan data menggunakan triangulasi sumber dengan mengumpulkan data dan informasi sejenis dari berbagai sumber yang ada.

Hasil analisis ini adalah; 1) Langkah-langkah dalam penetapan adalah untuk mencari keuntungan dan agar usaha Kuliner Amanah dapat bertahan (berkelanjutan) dari waktu ke waktu; 2) Strategi penetapan harga yang digunakan adalah strategi *penetrasi*, yaitu memberikan harga yang rendah untuk menyamakan harga pasaran; dan 3) Penetapan harga di Kuliner Amanah telah sesuai dengan konsep harga dalam perspektif ekonomi Islam, karena menerapkan ijab dan kabul, mengambil keuntungan sesuai dengan yang syariatkan dalam Islam, larangan *ikhtikar* (penimbunan), dan prinsip keadilan.

Kata Kunci: Strategi bersaing dan Penetapan Harga

**COMPETITIVE STRATEGY IN PRICE DETERMINATION IN CULINARY
MANDATE STUDENTS OF PALANGKA RAYA IAIN**

ABSTRACT

By: HERMAWATI

This thesis research explains about the competitive strategy in determining the price of the Palangka Raya IAIN Student Culinary Mandate is motivated by the intense competition in the world of food and beverage business at the moment, so that competing in competition aims to create and retain consumers. One of their efforts in retaining customers is by setting the best selling price for the product, because price is one of the most important parts in marketing. This research focuses on three problem formulations namely; 1) What are the steps in pricing in the Palang Raya IAIN Student Trust Food Cuisine; 2) What is the strategy in pricing in the Culinary Mandate of IAIN Students Palangka Raya; and 3) What is the concept of price in the perspective of Islamic economics in the Palawan Raya IAIN Students' Culinary Trust.

This research is a field research using descriptive qualitative research methods. The subjects of this study are the two people of Culinary Trustworthy owners and informants namely consumers of the Culinary Trustworthy. Data collection techniques in this study used observation, interview, and documentation techniques. The data validation technique uses source triangulation by collecting data and similar information from various existing sources.

The results of this analysis are; 1) The steps in the determination are to seek profit and so that the Trustworthy Culinary business can survive (sustainable) from time to time; 2) The pricing strategy used is a penetration strategy, which provides a low price to equalize the market price; and 3) Pricing in the Trustworthy Culinary is in accordance with the concept of prices in the perspective of Islamic economics, because applying consent and Kabul, taking advantage in accordance with the requirements of Islamic, the prohibition of ikhtikar (hoarding), and the principle of justice.

Keywords: Competitive Strategy and Pricing

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, berkat limpahan rahmat, taufik, hidayah dan inayah-Nya jualah, maka skripsi yang berjudul **“Strategi Bersaing Dalam Penetapan Harga Pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya”** dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kehadiran junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penyelesaian tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan dari beberapa pihak, baik berupa dorongan, bimbingan serta arahan yang diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dengan hati yang tulus menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M.SI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya.
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, S. Th.I, M.SI selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
4. Bapak M. Zainal Arifin, M.Hum., selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan ilmu dan pelajaran yang sangat berharga dan sabar dalam membimbing sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak M. Riza Hafizi, M.Sc selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan sangat sabar dalam membimbing dan juga memberikan bimbingan yang luar biasa sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak/Ibu dosen IAIN Palangka Raya khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu dan seluruh staf yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Palangka Raya yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menajalni perkuliahan.

7. Pemimpin dan staf administrasi perpustakaan IAIN Palangka Raya yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk meminjamkan berbagai referensi yang berkaitan dengan skripsi ini.
8. Pemilik usaha Kuliner Amanah yang telah berkenan menjawab pertanyaan penulis dengan sabar dan ikhlas.
9. Kepada orang tua saya, Ayahanda Hairani (alm) dan Ibunda Arbainah yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan sehingga terselesaikannya skripsi ini. Demikian juga untuk semua keluarga saya yang selalu memberikan motivasi dan dukungan selama ini.
10. Semua teman-teman program studi Ekonomi Syari'ah angkatan 2015 pada umumnya dan kelas B pada khususnya yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang turut membantu penulis dalam membuat skripsi ini semoga mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Semoga kiranya skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. *Amin Yaa Robbal Alamin.*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Palangka Raya, Oktober 2019
Penulis,

HERMAWATI
NIM. 1504120462

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HERMAWATI

NIM : 1504120462

Jurusan/Prodi : Islam/Ekonomi Syariah (ESY)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “**STRATEGI BERSAING DALAM PENETAPAN HARGA KULINER AMANAH MAHASISWA IAIN PALANGKA RAYA**” benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Oktober 2019

Yang Membuat Pernyataan



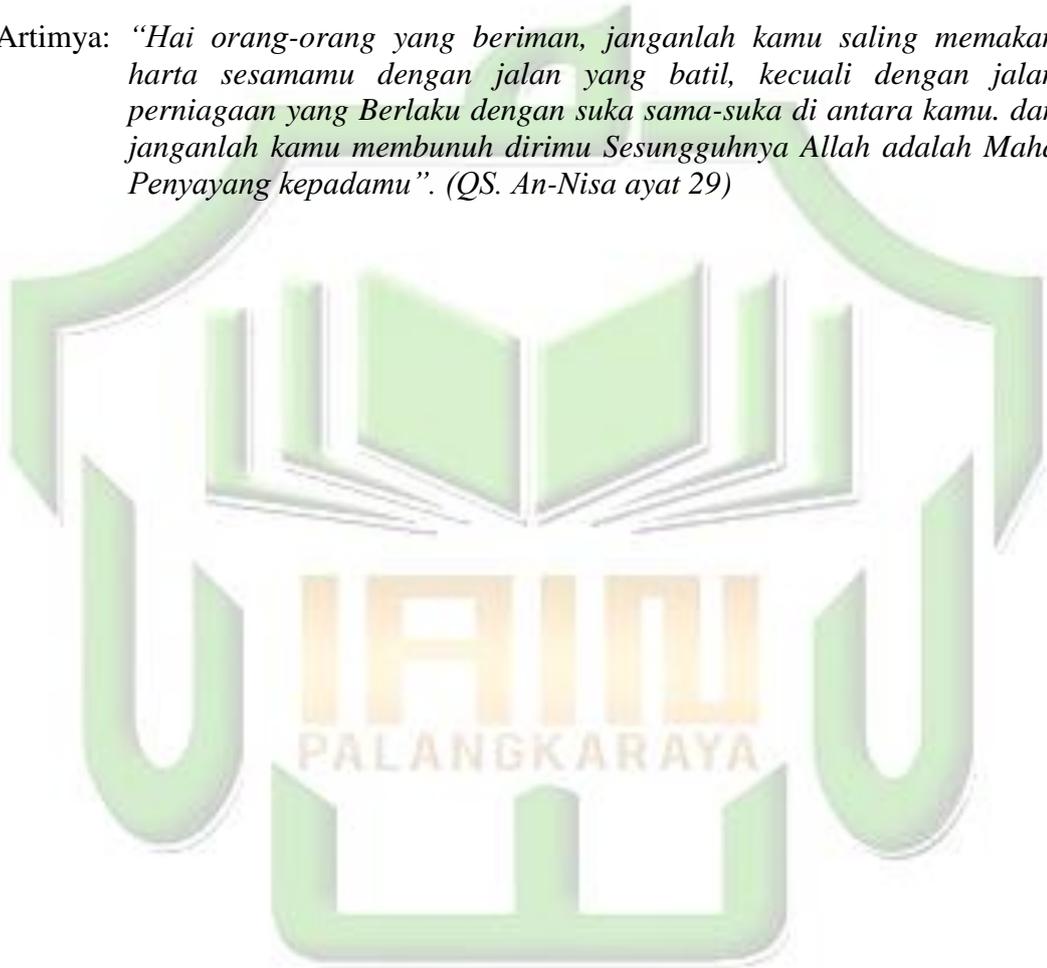
HERMAWATI

NIM. 1504120462

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*. (QS. An-Nisa ayat 29)



PERSEMBAHAN



Alhamdulillahirabbil Alamin, rasa syukur yang berlimpah kepada Allah SWT karena taburan cinta dan kasih sayang-nya yang telah memberikan hamba nikmat yang tak terhingga, kesehatan, kekuatan, kesabaran dan kemudahan yang pada akhirnya membuat saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta shalawat dan salam kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW.

Ku persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat ku kahi dan ku sayangi..

♥Ayah, Ibu, Kakak, Adiku, Tante dan Rahmat

Yang telah berjuang dengan ikhlas, yang telah menorehkan segala kasih sayangnya dengan penuh rasa ketulusan tak kenal lelah dan batas waktu, yang selalu mendo'akanku setiap harinya disetiap sujudnya demi kebahagiaan dan kesuksesan anaknya. Untuk orang tuaku yang tercinta Ayahanda Hairani (alm) dan Ibunda Arbainah. Untuk kakakku tersayang Murni Gayati, Junaidi, dan Noor Hasbullah. Untuk adik kandungku Fitriati, Siti Askia, dan Muhammad Alfian. Untuk tante ku tercinta Rasidah yang sudah dianggap seperti ibu kandung. Dan untuk Rahmat Ria Pamuji terimakasih dukungannya selama ini. Terima kasih kupersembahkan untuk keluarga tercintaku yang tiada hentinya selama ini memberiku semangat dan do'a, dorongan nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat dalam melewati segala rintangan yang ada didepanku. Abah yang sudah tenang di syurga... Mama ... terimalah kado kecil ini sebagai kado keseriusan Herma untuk membalas semua jerih payah dan pengorbanan kalian. Dalam setiap langkah Herma, Herma berusaha mewujudkan harapan yang Abah Mama impikan didiri Herma walaupun belum semuanya Herma raih... terima kasih banyak Abah Mama... semoga Allah selalu memberikan kesehatan kepada kita semua... sehat terus Mama.

♥Teman –teman Seperjuangan

Terima kasih kepada sahabat-sahabatku yang sudah seperti keluarga (Squad Kirdun) Fahriyah, Khadijah, Sari Latifah, dan Anzelika Sari yang telah

memberikan kebahagiaan, keceriaan, canda tawa, dan banyak hal selama ini. Pokoknya sukses terus buat kalian. LOVE YOU

Kepada sahabatku satu organisasi (Squad LHG Management) yunda Tita, yunda Wardah, Mulil, Wirna, Aau, dan Junita yang paling heboh kalo sudah ngumpul. Sering nginap di rumah yunda Wardah cerita-cerita sampai tengah malam hehehe. Thank's for everything Gengs.

Kepada teman-teman seperjuangan ESY A, B dan C kalian semua adalah orang-orang hebat yang banyak memberikan inspirasi. Semoga semua kenangan yang telah kita ukir selama berkuliah di IAIN Palangka Raya akan selalu bersemi, dan dengan itu menjadikan kita sebagai sebuah keluarga yang akan selalu terjalin tali silaturahmi. Aamiin

♥ **Kelurga KKN Kelompok 18 Desa Bajarum**

Terimakasih kepada teman-teman KKN, Erma, Aini, Diah, Firda, Ibu Yuli, Ijai, Iki, dan Udin selama KKn mereka temanku selama 1 bulan setengah susah senang sama-sama pokonya sama mereka. Selama KKN warga disana baik semua, khususnya Pak RT dan Istrinya sudah dianggap seperti orang tua sendiri. Semoga kebaikan kalian di balas Allah SWT aminnnnn.

♥ **IAIN Palangka Raya**

Terima kasih kepada semua dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sebagai guru bagi peneliti. Apa yang mereka berikan bagi peneliti menjadi suntikan motivasi tersendiri untuk menjadi insan yang lebih berbudi. Saran dan sumbangan pemikiran mereka akan selalu menjadi pedoman untuk melakukan perbaikan.

Juga kepada teman-teman saya yang kuliah di IAIN Palangka Raya kalian semua sudah saya anggap seperti saudara saya sendiri, banyak kenangan yang telah kita lewati bersama. Mudah-mudahan kita dapat selalu terjalin tali silaturrahmi. Aamiin

Terakhir, karya ini peneliti persembahkan untuk kampus tercinta IAIN Palangka Raya semoga tetap jaya dan banyak menciptakan generasi muda harapan bangsa.

Untuk almameter kebanggan ku (IAIN Palangka Raya)

Semoga Allah SWT selalui meridhoi kita semua.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	Es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H	Ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	Ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	Zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	Es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	<i>Dād</i>	D	De (dengan titik di bawah)
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>Zā'</i>	Z	Zet (dengan titik di bawah)

ع	'Ayn	... ' ...	Koma terbalik (di atas)
غ	Gayn	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Waw	W	We
ه	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	... ' ...	Apostrof
ي	Yā	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *tasydīd* Ditulis Rangkap:

متعاقدين	Ditulis	<i>Muta'āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	' <i>Iddah</i>

C. *Tā' marbūtah* di Akhir Kata

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis	<i>Ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-fitri</i>

D. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang:

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
مجيد	Ditulis	<i>Majīd</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap:

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal-vokal Pendek Yang Berurutan Dalam Satu Kata, Dipisahkan dengan Apostrof.

النتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>Zawī al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

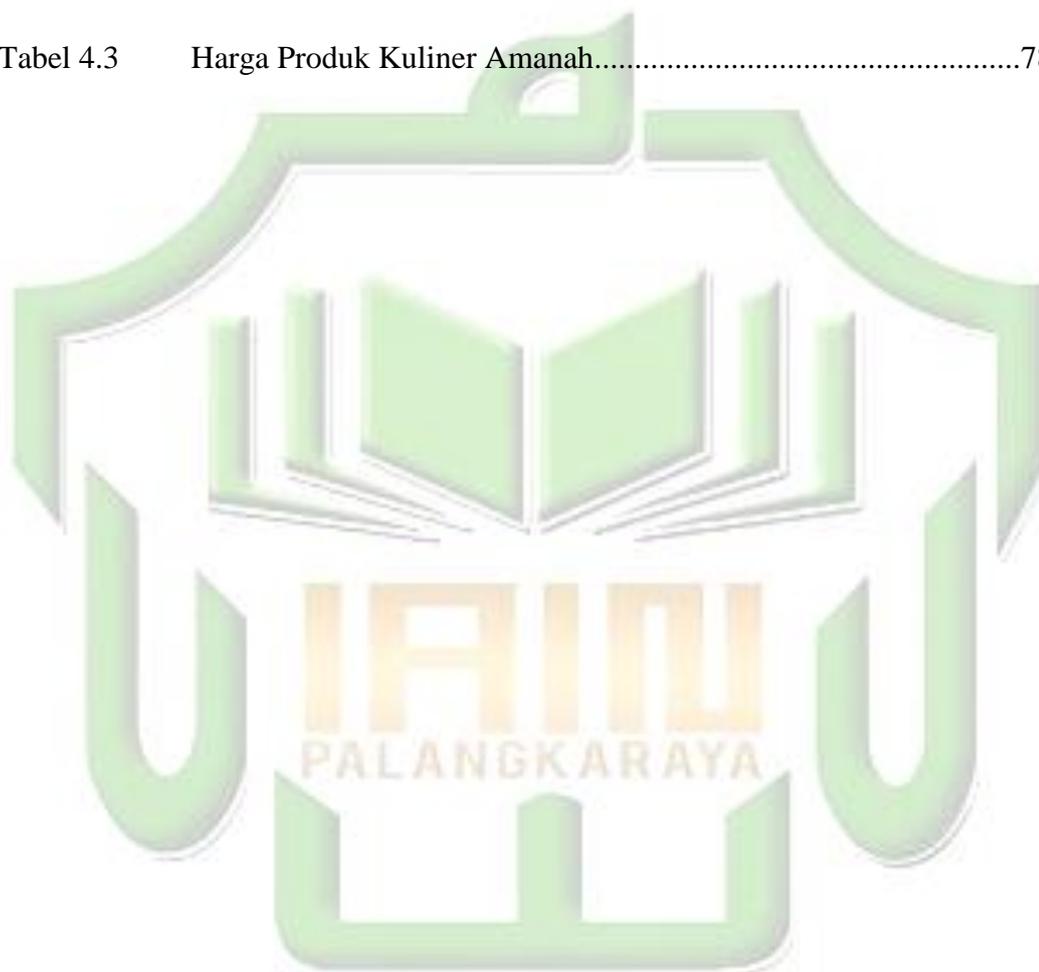
DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR SINGKATAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Kajian Teori.....	12
1. Pengertian Strategi Bersaing	12
2. Pengertian Harga	12
3. Langkah-langkah Penetapan Harga	13
4. Strategi Penetapan Harga	16
5. Konsep Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	17
6. Kuliner	23

C. Kerangka Fikir.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Waktu dan Tempat Penelitian	27
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	27
C. Objek dan Subjek Penelitian	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
1. Pengamatan (<i>Observasi</i>).....	29
2. Wawancara (<i>Interview</i>)	30
3. Dokumentasi.....	30
E. Pengabsahan Data	31
F. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN	34
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	34
1. IAIN Palangka Raya.....	34
2. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	38
B. Penyajian Data.....	44
C. Analisis.....	61
BAB V PENUTUP.....	87
1. Kesimpulan.....	86
2. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Subjek Penelitian Pemilik Kuliner Amanah	28
Tabel 4.1	Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya	41
Tabel 4.2	Biaya Produksi Kuliner Amanah.....	77
Tabel 4.3	Harga Produk Kuliner Amanah.....	78





DAFTAR SINGKATAN

H	: Halaman
No	: Nomor
Q.S	: Qur'an Surah
SWT	: Subhanah' u wata' ala
IAIN	: Institut Agama Islam Negeri
ESY	: Ekonomi Syariah
PBS	: Perbankan Syariah
MZAWA	: Manajemen Zakat dan Wakaf
FEBI	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
FUAD	: Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
FTIK	: Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
FSYA	: Fakultas Syariah



IAIN
PALANGKARAYA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia bisnis makanan dan minuman adalah salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan pendapatan yang tinggi, makanan juga menjadi sumber kebutuhan pokok bagi setiap orang. Kebutuhan makanan dan minuman akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk, terutama di perkotaan yang ramai penduduk tentu kebutuhan makanan dan minuman akan meningkat.

Peningkatan ini menjadikan peluang pada bisnis makanan dan minuman yang cukup menjanjikan. Banyak pembisnis usaha kuliner membuat sebuah usaha kuliner dengan modal yang sedikit tetapi dapat menguntungkan para pengusaha kuliner. Pengusaha bisnis kuliner berlomba-lomba menciptakan ide kreatif dalam mengembangkan bisnis kulinernya.

Seiring perkembangan zaman kini kegiatan makan bukan lagi hanya untuk menebus rasa lapar dan haus, tetapi menjadi salah satu ajang rekreasi, oleh karena itu, kegiatan makan yang biasanya dilakukan di dalam rumah pindah menjadi luar baik itu *restaurant* atau rumah makan, *cafe*, tenda-tenda pedagang kaki lima, atau sejenisnya. Makan di *restaurant* atau rumah makan, *cafe*, tenda-tenda pedagang kaki lima, atau sejenisnya kini menjadi pilihan ketika konsumen memiliki waktu luang.

Kota Palangka Raya adalah sebuah kota sekaligus ibu kota Provinsi Kalimantan Tengah, yang mempunyai daya tarik tersendiri bagi para perantau atau pendatang yang mencoba mencari peruntungan dengan mencari peluang kerja atau mendirikan usaha sendiri. Salah satunya peluang usaha yang dapat dikatakan tidak ada matinya adalah usaha dibidang kuliner. Sepanjang jalan berjejer usaha kuliner mulai dari tenda-tenda pedagang kaki lima, *restaurant* atau rumah makan, *cafe* dengan konsep makanan dan minuman yang menarik. Menyajikan makanan yang halal, cita rasa yang khas, dioleh dengan bumbu pilihan dengan harga yang bermacam-macam tergantung kualitas yang ditawarkan mulai dengan harga Rp 1.000,- sampai dengan harga Rp 100.000,- ke atas.

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya tidak hanya sekedar wadah untuk menuntut ilmu tetapi sebagai tempat untuk berbisnis seperti halnya mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Beberapa usaha yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya, diantaranya adalah:

1. Menjual Makanan dan Minuman

Makanan yang dijual seperti kerupuk makaroni, pentol pedas, tahu pedas, puding susu, salad buah, kerupuk basah dan lainnya. Sedangkan minuman seperti es melon, es sirup, es buah, dan lainnya.

2. *Online Shop*

Bisnis *Online shop* yang dilakukan kalangan mahasiswa cukup menjanjikan, hal ini dikarenakan penggunaan media sosial seperti IG

(*instagram*), FB (*facebook*) dan WA (*whatsapp*) terus bertambah penggunaannya tiap hari. Produk yang dijual seperti baju, jilbab, *aksesories*, makanan dan lainnya.

3. Gojek

Driver ojek *online* merupakan pekerjaan paruh waktu yang cocok untuk kalangan mahasiswa tanpa harus bekerja *full time* (sela waktu kuliah) juga dapat menambah-nambah uang belanja tanpa harus minta kepada orang tua.

Dalam penelitian ini peneliti mengangkat usaha dari Kuliner Amanah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Kuliner Amanah merupakan usaha yang dijalankan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang dijalankan oleh 2 *owner* (pemilik) yaitu MR dan AF sebagai pebisnis muda yang sukses merintis usaha sejak duduk di bangku kuliah. Mereka sangat sadar kebutuhan biaya pendidikan yang dikeluarkan oleh orang tua, dengan begitu mereka membantu mengurangi beban orang tua dengan melakukan usaha. Dengan memanfaatkan waktu luang mereka saat kuliah dengan berdagang di sekitar area kampus.

Kuliner Amanah berdiri sejak tahun 2017 beralamat di Jl. G. Obos km 3,5 komplek *Islamic Centere* Kelurahan Menteng Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya. Bisnis yang dijalankan Kuliner Amanah sendiri menyediakan menu makanan dan minuman seperti pentol pedas, tahu pedas, dan es melon. Untuk harga makanan Rp. 1000,- dan untuk harga es melon

Rp. 5000,-.¹ Peneliti menangkat usaha Kuliner Amanah dengan alasan karena MR dan AF bisa dijadikan contoh untuk mahasiswa lainnya yang mencari uang untuk biaya kuliah dan biaya sehari-sehari berjualan makanan dan minuman dengan memanfaatkan area kampus sebagai tempat berjualan. Mereka berjualan untuk pekerjaan sampingan dengan memanfaatkan waktu luang yang mereka miliki.² Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Bersaing Dalam Penetapan Harga Pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana langkah-langkah dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya?
2. Bagaimana strategi bersaing dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya?
3. Bagaimana konsep harga dalam perspektif ekonomi Islam pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya?

¹Observasi sekaligus wawancara dengan MR sebagai pemilik Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya, Rabu 14 November 2018 pukul 07.00 WIB.

²Observasi sekaligus wawancara dengan AF sebagai pemilik Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya, Senin 17 Desember 2018 pukul 07.00 WIB.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui langkah-langkah dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya.
2. Untuk mengetahui strategi bersaing dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya.
3. Untuk mengetahui konsep harga dalam perspektif Ekonomi Islam pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu secara teoritis dan praktis:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk menambah dan memperluas wawasan penulis dan mahasiswa jurusan Ekonomi Islam khususnya Ekonomi Syariah serta seluruh mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
 - b. Dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan acuan bagi peneliti yang mengadakan penelitian secara mendalam terhadap permasalahan yang sama pada periode yang akan datang.
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi program SI di Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

- b. Sebagai bahan bacaan dan juga sumbangan pemikiran dalam khazanah literature ekonomi syariah bagi perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- c. Sebagai tambahan teori dalam pengembangan dunia usaha dan spirit usaha.

E. Sistematika Penulisan

Agar memudahkan dalam penulisan skripsi ini maka penulis membaginya dalam beberapa bab. Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, masing-masing bab membahas permasalahan yang diuraikan menjadi beberapa sub bab. Untuk mendapatkan gambaran yang jelas serta mempermudah dalam pembahasan, secara global penulis merangkumnya dalam sistematika penulisan proposal sebagai berikut:

Pada BAB I menjelaskan tentang pendahuluan yang terdiri dari beberapa bagian, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Pada BAB II menjelaskan kajian teoritik membahas tentang beberapa hal yang berkaitan dengan penelitian terdahulu, kajian teori dari penelitian penulis dan kerangka berpikir.

Pada BAB III menjelaskan tentang metode penelitian membahas tentang waktu dan tempat penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data, dan teknis analisis data.

Pada BAB IV menjelaskan hasil penelitian dan analisis terdiri dari, gambaran umum IAIN Palangka Raya, deskripsi hasil penelitian, dan analisis hasil penelitian.

Pada BAB V menjelaskan penutup terdiri dari kesimpulan dan saran.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil pencarian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang berasal dari perpustakaan, internet atau website dan lain sebagainya, peneliti menemukan beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian peneliti. Berikut ini ada beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian penulis, penelitian tersebut antara lain:

Penelitian yang dilakukan oleh Bayu Cahyono tahun 2014, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, yang berjudul "*Analisi Strategi Penetapan Harga Pada Taman Pintar Yogyakarta*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk; 1) Untuk mengetahui sasaran dalam penetapan harga; 2) Untuk mengetahui tujuan penetapan harga; 3) Untuk mengetahui target pasar yang dibidik oleh Taman Pintar Yogyakarta; 4) Untuk mengetahui strategi penetapan harga yang digunakan oleh Taman Pintar Yogyakarta. Adapun hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah; 1) Sasaran dalam penetapan harga Taman Pintar Yogyakarta adalah berorientasi pada penjualan yaitu berusaha agar penjualan dapat meningkat dan memperkuat posisi pasar. Selain itu Taman Pintar Yogyakarta juga berorientasi pada status quo yaitu menagkal pesaing, dalam hal ini harga yang ditetapkan lebih rendah dari pesaing; 2) Tujuan penetapan

harga dari Taman Pintar Yogyakarta adalah unggul dalam bagian pasar yaitu perusahaan berusaha keras agar bagian dari pasarnya menjadi terbesar, sehingga *market share* yang dimilikipun akan tinggi. Ketika *market share* tinggi maka akan menarik para pelanggan untuk berkunjung di Taman Pintar Yogyakarta, sehingga akan menambah pendapatan perusahaan; 3) Strategi penetapan harga yang digunakan adalah strategi penetrasi yaitu memberikan harga awal yang rendah untuk mencapai pasar masal secara cepat. Strategi ini dipilih karena persaingan tempat wisata yang cukup ketat, selain itu Taman Pintar Yogyakarta berusaha untuk masuk ke dalam pasar yang dikuasai oleh para pesaing.³

Penelitian yang dilakukan oleh Sukarno Dewantoro tahun 2015, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, yang berjudul "*Strategi Penetapan Harga Pada PT Madubaru Bantul*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penetapan harga yang digunakan PT. Madubaru Bantul. Adapun hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah; 1) PT Madubaru menerapkan strategi memposisikan melalui harga dan kualitas yang bisa menarik konsumen dengan bermacam-macam ukuran maupun jenis sesuai kebutuhan mereka, selain itu gula pasir PT Madubaru berkualitas dan rasanya yang sangat manis; 2) PT Madubaru menggunakan strategi perbedaan harga karena perusahaan ingin harga terobosannya mempunyai image harga yang

³Bayu Cahyono, *Analisis Strategi Penetapan Harga Pada Taman Pintar Yogyakarta*, Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014.

baik dimata konsumen sehingga nantinya penjualan dari tahun ke tahunnya makin meningkat;3) Segmentasi pasar gula pasir adalah masyarakat Yogyakarta dan Jawa Tengah untuk semua kalangan.⁴

Penelitian yang dilakukan oleh M. Ismail Ali Serunting tahun 2017, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, yang berjudul "*Strategi Penetapan Harga ATK CV. Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk; 1) Untuk mengetahui strategi penetapan harga ATK yang diterapkan CV. Putra Pelangi Berkah dalam penetapan barang di Palembang; 2) Pertimbangan penetapan harga jual ATK CV. Putra Pelangi Berkah. Adapun hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah penetapan harga di CV Putra Pelangi Berkah ditetapkan oleh mekanisme harga dengan memilih standar harga yang berlaku di pasaran. penetapan harga di CV Putra Pelangi Berkah sesuai dengan teori ekonomi Islam. Hal ini dikarenakan, pada CV Putra Pelangi Berkah konsep penetapan harga sudah dijalankan dengan baik, dimana konsep Islam tidak ada batasan meraih keuntungan selagi tidak memberatkan pembeli dan keadaan suka sama suka diantara keduanya. Karena tujuan

⁴Sukarno Dewantoro, *Strategi Penetapan Harga Pada PT Madubaru Bantul*, Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.

utama dari penetapan harga adalah adanya kestabilan harga di pasar guna menjaga kemaslahatan masyarakat.⁵

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Bayu Cahyono tahun 2014, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, yang berjudul " <i>Analisis Strategi Penetapan Harga Pada Taman Pintar Yogyakarta</i> ".	Mengkaji tentang strategi penetapan harga	Menganalisis tentang strategi penetapan harga pada Taman Pintar Yogyakarta
2.	Sukarno Dewantoro tahun 2015, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, yang berjudul " <i>Strategi Penetapan Harga Pada PT Madubaru Bantul</i> ".	Mengkaji tentang strategi penetapan harga	Mengkaji tentang startegi penetapan harga gula pada PT Madubaru Bantul
3.	M. Ismail Ali Serunting tahun 2017, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, yang berjudul " <i>Strategi Penetapan Harga ATK CV. Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam</i> ".	Mengkaji tentang strategi penetapan harga	Mengkaji strategi penetapan harga pada ATK CV. Putra Pelangi Berkah

Sumber: dibuat oleh penulis

⁵M. Ismail Ali Serunting, *Strategi Penetapan Harga ATK CV. Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017.

B. Kajian Teori

1. Pengertian Strategi Bersaing

Strategi bersaing adalah berbicara bagaimana menciptakan sebuah perbedaan. Strategi bersaing berbicara tentang menetapkan segenap aktivitas organisasi maupun produk yang berbeda ketimbang para pesaing yang lain untuk memberikan perbedaan nilai dan keunikan tersendiri kepada pasar yang menjadi targetnya.⁶ Strategi bersaing adalah mengembangkan rencana mengenai bagaimana bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.⁷

2. Pengertian Harga

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

Value adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Sekarang ini ekonomi kita menggunakan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai sebagai ukuran yang disebut

⁶Henry Mintzberg, *Tracking Strategies: Toward a General Theory*, New York: Oxford University Press, 2007, h. 9.

⁷Michael E. Porter, *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industry dan Pesaing*, Jakarta: Erlangga, 1980, h. 35.

harga. Jadi, harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.⁸ Konsumen memandang harga sebagai indikator kualitas produk. Persepsi konsumen tentang kualitas produk dengan melihat harga secara langsung bervariasi. Dengan demikian, produk dengan harga lebih mahal dianggap berkualitas lebih baik. Persepsi konsumen tentang kualitas juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti toko dan periklanan.⁹

3. Langkah-langkah Penetapan Harga

a. Memilih Tujuan Penetapan Harga

Pada dasarnya setiap perusahaan harus memutuskan apa yang ingin diacapainya dari produk tersebut. Jika perusahaan telah memilih posisi pasarnya dengan cermat, maka strategi bauran pemasarannya termasuk harga akan otomatis sejalan dengannya. Menurut Cecep Hidayat dalam bukunya yang berjudul manajemen pemasaran menyatakan bahwa harga ditetapkan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yaitu:

1) Bertahan hidup

Perusahaan berusaha untuk bertahan sebagai sasaran utama mereka jika menghadapi kesulitan yang diakibatkan kelebihan kapasitas persaingan yang sangat ketat, atau perubahan selera konsumen. Agar pabrik tetap berjalan, dan persediaan terus berputar, mereka serin mengurangi harga. Keuntungan dianggap kurang penting dari pada bertahan agar tetap hidup.

⁸Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2014, h. 169.

⁹Mahmud Machfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005, h. 135.

2) Memaksimumkan laba

Beberapa perusahaan akan menetapkan harga untuk memaksimumkan pendapatannya. Memaksimumkan pendapatan harga perlu memperkirakan fungsi permintaan. Banyak manajer percaya bahwa memaksimumkan pendapatan akan membawa keuntungan maksimum dan pertumbuhan pangsa pasar dalam jangka panjang.¹⁰

b. Menentukan Permintaan

Permintaan pelanggan mempengaruhi semua fase bisnis. Secara umum para pelanggan menginginkan produk yang berkualitas tinggi dengan harga murah. Dalam kasus biasa, permintaan dan harga berbanding terbalik: makin tinggi harganya, makin rendah permintaannya. Dalam kasus barang mewah, kadang-kadang harga naik dan malahan penjualan akan makin banyak, bukan makin sedikit.

Permintaan adalah jumlah keseluruhan barang/jasa yang ingin dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga. Hukum permintaan menyatakan bahwa ketika harga suatu barang meningkat, jumlah permintaan barang tersebut akan menurun (berbanding terbalik/negatif). Permintaan yang terjadi dipasar ini dipengaruhi beberapa faktor, antara lain:

¹⁰Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2012, h. 172.

1) Harga barang itu sendiri

Apabila harga suatu barang semakin murah, kecenderungan permintaan terhadap barang itu akan bertambah dan hal ini berlaku juga sebaliknya.

2) Selera Masyarakat

Selera atau kebiasaan juga akan memengaruhi permintaan suatu barang. Jika selera masyarakat terhadap suatu barang meningkat, permintaan terhadap barang itu pun akan meningkat.

c. Menganalisis Biaya, Harga, dan Penawaran Pesaing

Dalam rentang kemungkinan harga yang ditentukan oleh permintaan pasar dan biaya perusahaan, perusahaan harus memperhitungkan biaya pesaing, harga pesaing dan kemungkinan reaksi harga oleh pesaing. Jika tawaran perusahaan serupa dengan tawaran pesaing utamanya, maka perusahaan harus menetapkan harga yang dekat dengan harga pesaing atau ia akan kehilangan penjualan.

Tawaran perusahaan lebih rendah mutunya, perusahaan tidak dapat menetapkan harga yang lebih tinggi dari pada pesaing. Jika penawaran perusahaan lebih tinggi mutunya, perusahaan dapat menetapkan harga yang lebih tinggi dari pesaing. Akan tetapi, perusahaan harus menyadari bahwa pesaing dapat mengubah harganya sebagai tanggapan atas harga perusahaan.

4. Strategi Penetapan Harga

a. *Skimming* Harga

Strategi ini diterapkan pada produk temuan baru pada saat diluncurkan ke pasar dengan menetapkan harga awal yang tinggi dan semakin lama akan terus turun harganya. Tujuan strategi ini adalah untuk memaksimalkan keuntungan dalam jangka pendek atau dengan kata lain dalam hal ini perusahaan mampu meyakinkan pelanggan bahwa produknya memiliki perbedaan dengan produk sejenis yang dimiliki oleh persaingan¹¹.

Strategi ini efektif dalam situasi; 1) Didukung oleh aktivitas promosi yang gencar, strategi ini cenderung digunakan untuk menetapkan harga produk-produk berteknologi baru (seperti HP, Laptop, komputer, dan lain sebagainya); 2) Diterapkan dalam kondisi persaingan sangat longgar atau bahkan nyaris tanpa persaingan sehingga dengan harga berapapun produk itu tetap akan dibeli oleh konsumen; 3) Produk memiliki karakteristik khusus (unik) yang sangat disukai konsumen dan tidak ada ataualaupun ada hanya sedikit tersedia produknya; 4) Menghadapi *demand* yang tidak pasti; 5) Banyak pelanggan yang bersedia membeli produk pada tingkat harga yang tinggi (mereka berpenghasilan tinggi), dan mempersepsikan harga tinggi sebagai indikator kualitas yang tinggi dan *trended*.

¹¹<https://www.akutansilengkap.com/ekonomi/penetapan-harga-tujuan-metode-dan-strategi/> diakses pada tanggal 10 September 2019 pukul 11:08 WIB.

b. Penetrasi Harga

Penetapan harga *penetrasi* merupakan penetapan harga suatu produk standar, dimana perusahaan akan berusaha memperkenalkan produk dengan harga yang rendah dengan harapan akan mendapatkan volume penjualan yang besar dalam waktu yang relatif singkat.¹² Metode ini menetapkan harga perdana yang rendah dengan tujuan agar dapat segera diterima pasar secara luas. Salah satu tujuan metode ini adalah untuk mendapatkan pelanggan setia.¹³

Beberapa kondisi harus dipenuhi agar strategi penetapan harga rendah dapat berhasil. Pertama, pasar sangat peka terhadap harga sehingga harga rendah dapat membuka pasar yang lebih luas. Kedua, biaya-biaya produksi harus turun (biaya akan ditekan) ketika volume penjualan meningkat.¹⁴ Ketiga, harga rendah harus membantu menghindari persaingan.

5. Konsep Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual-beli diperbolehkan dalam ajaran Islam, selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Hal ini sesuai dengan firman Allah swt dalam Al-

¹²<https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2016/12/4-metode-penetapan-harga.html?m=diakses> pada tanggal 10 September 2019 pukul 12:13 WIB.

¹³Mahmud Machfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern*, h. 141.

¹⁴Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, h. 171.

Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 dan surat An-Nisa ayat 29, yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ
الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ
وَأْمُرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



Artinya: “orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”. (QS. Al-Baqarah ayat 275)¹⁵

Sedangkan Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29 berbunyi sebagai berikut:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا

¹⁵Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Surabaya: CV Jaya Sakti, 1997, h. 69.

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*. (QS. An-Nisa ayat 29)¹⁶

Berdasarkan ayat diatas dapat dilihat bahwa jual beli jelas diharamkan dalam Islam. Ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Pasar yang bersaing sempurna menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna. Adapun hal yang dapat diperhatikan dalam penetapan harga dalam Ekonomi Islam, yaitu:

a. Prinsip Keadilan

Menurut Islam, adil merupakan norma paling utama dalam seluruh aspek perekonomian. Hal ini dapat ditangkap dalam pesan Al-Qur'an yang menjadikan adil sebagai tujuan agama. Bahkan adil adalah satu asma Allah swt. Tidak berlebihan kiranya jika dikatakan bahwa keadilan merupakan inti semua ajaran yang ada dalam Al-Qur'an sendiri secara tegas menyatakan bahwa maksud diwahyukannya adalah untuk membangun keadilan dan persamaan.

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku zalim. Rasulullah diutus Allah swt untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi yang berbuat

¹⁶Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Surabaya: CV Jaya Sakti, 1997, h. 122.

curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang lain selalu dikurangi.

b. Laba (Keuntungan)

Majelis ulama fiqih yang terikut dalam Organisasi Konferensi Islam (OKI) yang diadakan dalam pertemuan kelima di Kuwait tanggal 10-15 Desember 1988, telah melakukan diskusi tentang pembatasan keuntungan para pedagang. Mereka membuat ketetapan berikut:

1. Hukum asal yang diakui oleh nash dan kaidah-kaidah syariat adalah memberikan umat bebas dalam jual beli mereka, dan mengoperasikan harta benda mereka dalam bingkai syariat Islam yang penuh perhatian dengan segala kaidah didalamnya.
2. Tidak ada standarisasi dalam pengambilan keuntungan yang mengikat para pedagang dalam melakukan berbagai transaksi jual-beli mereka. Hal ini dibiarkan sesuai kondisi dunia usaha secara umum dan kondisi perdagangan dan kondisi komoditi barang dagangan, namun dengan tetap memperhatikan kode etik yang disyariatkan dalam Islam, seperti sikap santun, qana'ah, toleransi dan memudahkan.
3. Terdapat banyak dalil-dalil dalam ajaran syariat Islam yang mewajibkan segala bentuk muamalah bebas dari hal-hal yang haram seperti penipuan, kecurangan, manipulasi, memanfaatkan ketidaktahuan orang lain, memanipulasi keuntungan (monopoli

penjualan), yang kesemuanya adalah mudharat bagi masyarakat umum maupun kalangan khusus.

4. Pemerintah tidak boleh ikut campur menentukan standar harga kecuali kalau melihat adanya ketidakberesan di pasae dan ketidakberesan harga karena berbagai faktor yang dibuat-buat. Dalam kondisi demikian, pemerintah boleh turut campur dengan berbagai sarana yang memungkinkan untuk mengatasi berbagai faktor dan sebab ketidakberesan dan kenaikan harga.

c. Larangan *Ikhtikar*

Rasulullah melarang praktik *ikhtikar*, yaitu secara sengaja menahan atau menimbun (*hoardig*) barang, terutama saat terjadi kelangkaan, dengan tujuan menaikkan harga dikemudian hari. Praktik *ikhtikar* akan menyebabkan mekanisme pasar terganggu, dimana produsen kemudian akan menjual dengan harga yang lebih tinggi dari harga normal. Penjual akan mendapatkan untung besar, sedangkan konsumen akan menderita kerugian. Jadi, akibat *ikhtikar* maka masyarakat luas dirugikan oleh sekelompok kecil yang lain. Maka pemerintah dapat melakukan berbagai upaya menghilangkan penimbunan misalnya dengan penegakkan hukum, bahkan dengan intervensi harga.

d. Akad (Transaksi)

Perjanjian dalam istilah Islam dikenal dengan istilah akad. Kata akad berasal *al-aqd*, jamaknya *al-uqud*, berarti ikatan atau mengikat, sedangkan menurut terminology hukum Islam, akad adalah pertalian

antara penyerahan (*ijab*) dan penyerahan (*qabul*) yang dibenarkan oleh syariah yang mengakibatkan hukum terhadap objek-objeknya.¹⁷ Setiap akad harus memenuhi rukun dan syarat sahnya.¹⁸

1) Rukun Akad

Ulama Hanafiyah berpendapat bahwa rukun akad adalah *ijab* dan *qabul*. Adapun orang yang mengadakan akad atau hal-hal lainnya yang menunjang terjadinya akad tidak dikategorikan rukun sebab keberadaannya secara pasti. Ulama selain Hanafiyah berpendapat bahwa akad memiliki tiga rukun, yaitu; (1) Orang yang berakad (*Akid*), contohnya penjual dan pembeli; (2) Sesuatu yang diakadkan (*Maqud alaih*), contohnya harga atau yang dihargakan; (3) *Shighat*, yaitu *ijab* dan *qabul*.¹⁹

2) Syarat-syarat Akad

Syarat-syarat yang bersifat umum, yaitu syarat-syarat yang wajib sempurna wujudnya dalam berbagai akad:

- a. Kedua orang yang melakukan akad cakap bertindak (ahli), maka akad orang tidak cakap (orang gila, orang yang berada di bawah pengampuan (mahjur) karena boros dan lainnya akad tidak sah.
- b. Yang dijadikan objek akad dapat menerima hukumnya.

¹⁷Samsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2007, h. 68.

¹⁸Oni Sahroni, *Fikih Mumalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2016, h. 25.

¹⁹Rahmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah*, Bandung: CV Pustaka Ilmu, 2001, h. 45.

- c. Akad itu diijinkan oleh syara', dilakukan oleh orang yang mempunyai hak melakukannya, walaupun dia bukan akad yang memiliki barang.
- d. Akad bukan jenis akad yang dilarang.
- e. Akad dapat memberikan faedah.
- f. *Ijab* harus berjalan terus, maka *ijab* tidak sah apabila *ijab* tersebut dibatalkan sebelumnya adanya *qabul*.
- g. *Ijab* dan *qabul* harus bersambung, jika seseorang melakukan *ijab* dan berpisah sebelum *qabul*, maka *ijab* yang demikian dianggap tidak sah.

Syarat-syarat yang bersifat khusus, yaitu syarat-syarat yang wujudnya wajib ada dalam sebagian akad. Syarat khusus ini juga disebut dengan *idhofi* (tambahan) yang harus ada disamping syarat-syarat yang umum, seperti syarat adanya saksi dalam pernikahan.²⁰

6. Kuliner

Kuliner secara umum adalah kegiatan yang berhubungan dengan memasak atau aktivitas memasak. Kuliner juga dapat dimaknai sebagai hasil olahan yang berupa masakan berupa lauk-pauk, makanan (penganan) maupun minuman. Setiap daerah memiliki cita rasa tersendiri, maka tak heran setiap daerah memiliki tradisi kuliner yang berbeda-beda. Kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan, karena setiap

²⁰Iman Romansyah, *Analisi Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparasi pada Yussy Akmal dan Shereen Cake and Bread)*, Lampung, 2016.

orang memerlukan makanan yang sangat dibutuhkan sehari-hari. Mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah.

a. Definisi Tentang Arti Kata Kuliner

Kata kuliner merupakan serapan bahasa Inggris yaitu *culinary* yang berarti berhubungan dengan masak-memasak atau aktivitas memasak. Sedangkan orang yang bekerja di bidang kuliner disebut koki atau *chef*. Istilah kuliner semakin menyebar luas di Indonesia setelah ada acara di televisi yang di pandu oleh Bondan Winarno tentang masakan/makanan dengan slogan yang terkenal “maknyus”. Sehingga saat ini istilah kuliner sering disebut, didengar, dibaca lewat media cetak maupun audio visual.²¹

b. Penggunaan Istilah Kuliner

Dalam perkembangannya, penggunaan istilah kuliner digunakan untuk berbagai macam kegiatan, seperti seni kuliner yaitu seni persiapan memasak dan penyajian makanan, biasanya dalam bentuk makanan. Ada juga wisata kuliner yaitu wisata yang bertujuan untuk mencoba menikmati hasil masakan di tempat wisata tersebut. Misalnya wisata kuliner Jakarta yaitu mencoba menikmati makanan khas daerah tersebut.

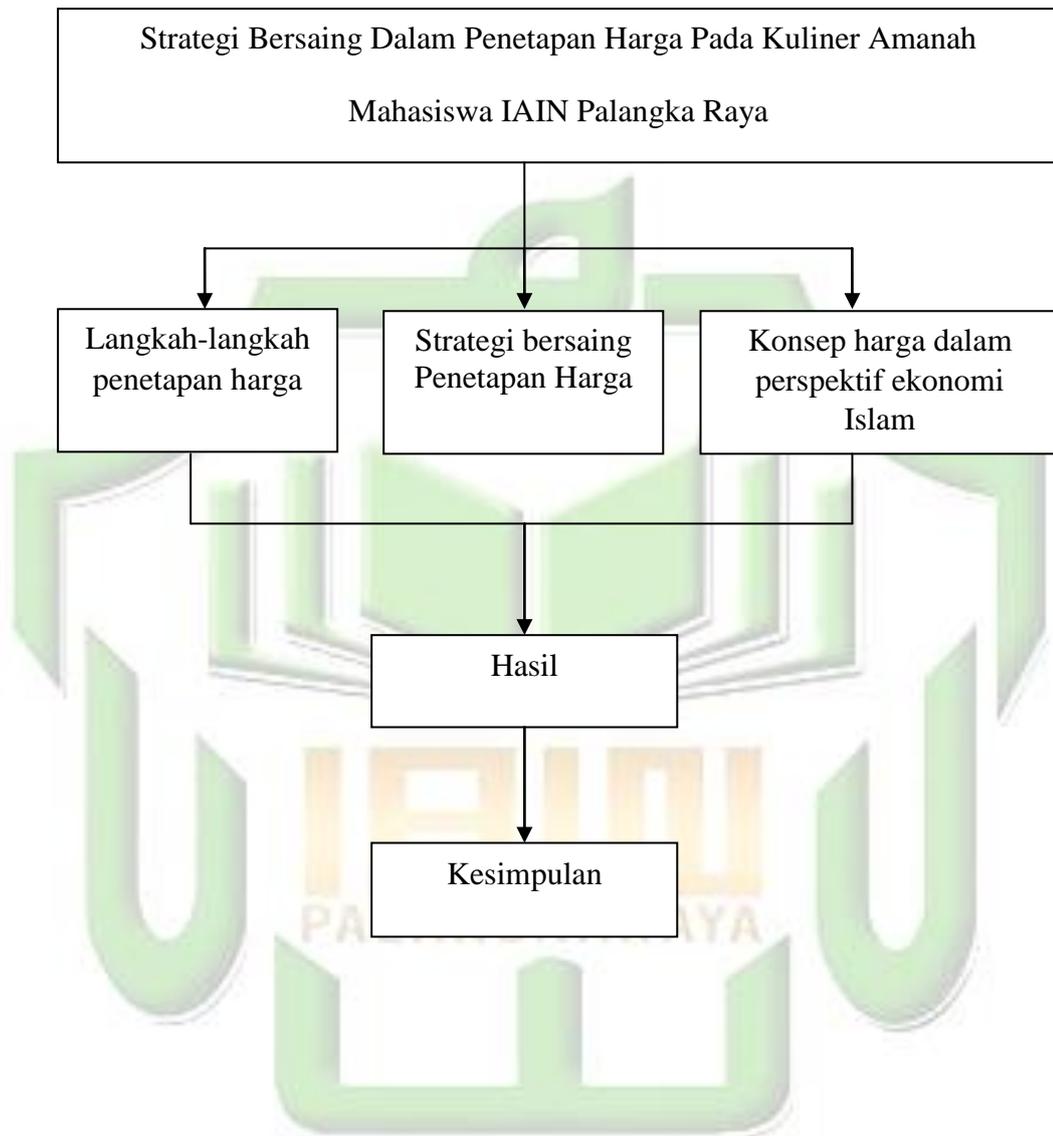
²¹<https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-kuliner> diakses pada tanggal 11 September 2019 pukul 20:56 WIB.

Wisata kuliner merupakan perpaduan menikmati suatu makanan sambil menikmati suasana jalan-jalan, bersantai atau sedang berlibur, sehingga memanfaatkan waktu ke tempat-tempat yang menyediakan makanan khas. Dengan kata lain, istilah kuliner dapat diuraikan secara bebas tanpa menghilangkan makna perpaduan antara berwisata sambil mencari makanan khas.

C. Kerangka Fikir

Bisnis merupakan suatu aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan atau nilai tambah. Dalam ilmu ekonomi, bisnis merupakan organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Hal ini ditunjukkan oleh Kuliner Amanah dari mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang berjualan pentol pedas, pentol goreng, tahu pedas, dan es melon, dengan memanfaatkan lahan kosong di belakang gedung Fakultas.

Berdasarkan uraian permasalahan yang ingin peneliti angkat tentang strategi bersaing dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya, maka dapat peneliti gambarkan skema berikut ini:



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini dilaksanakan 2 bulan dari Agustus sampai Oktober. Dalam kurun waktu tersebut cukup bagi peneliti untuk mengumpulkan data yang peneliti butuhkan terkait dengan strategi bersaing dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya sebagai tempat penelitian, karena IAIN Palangka Raya adalah kampus yang menjadi area berjualannya Kuliner Amanah. Maka dari itu peneliti memilih area Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya sebagai tempat penelitian.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan objek yang diteliti. Penelitian ini memiliki prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Dengan

demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.²²

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif adalah suatu mekanisme kerja penelitian yang mengandalkan uraian kata atau kalimat yang disusun secara cermat dan sistematis mulai dari menghimpun data hingga menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian.²³

C. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah strategi bersaing dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian utama adalah pemilik (*owner*) Kuliner Amanah dari Mahasiswa IAIN Palangka Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Palangka Raya serta subjek tambahan/informan yaitu konsumen dari Kuliner Amanah.

²²Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015, h. 6.

²³Ibid..., h. 6.

Tabel 3.1
Subjek Penelitian Pemilik Kuliner Amanah

No	Nama	Jurusan	Program studi	Semester
1.	AF	Ekonomi Islam	ESY	IX
2.	MR	Ekonomi Islam	ESY	IX

Sumber: dibuat oleh penulis tahun 2019

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengamatan (*Observasi*)

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif.²⁴ Observasi adalah kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera.²⁵ Dalam hal ini, peneliti melakukan pengamatan secara langsung dilapangan untuk mengetahui proses kegiatan operasional Kuliner Amanah. Mengamati secara langsung serta mencatat peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek penelitian. Observasi dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

Observasi yang telah dilakukan peneliti yaitu sebanyak 2 kali pada tanggal 14 November 2018 dan 17 Desember 2018 bertempat di IAIN Palangka Raya jalan G.obos Induk. Adapun sejauh ini informasi yang ditanggap oleh peneliti adalah mengetahui bagaimana proses penjualan,

²⁴Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2008, h. 186.

²⁵Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011, h. 84.

pemasaran, dan strategi penetapan harga selama menjalankan bisnis Kuliner Amanah.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.²⁶ *Interview* perlu dilakukan sebagai upaya penggalian data dari narasumber untuk mendapatkan informasi atau data secara langsung dan lebih akurat dari orang-orang yang berkompeten berkaitan atau berkepentingan terhadap objek penelitian.

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik.²⁷ Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara langsung dengan pengelola atau pemilik dari Kuliner Amanah mengenai data-data yang akan peneliti analisis, berkaitan dengan strategi bersaing dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang bersumber dari dokumentasi dan catatan-catatan tertulis serta mempelajari secara seksama tentang hal-hal yang berkaitan dengan data yang diperlukan. Teknik ini

²⁶Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, h. 186.

²⁷Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014, h. 160.

dilakukan dengan memanfaatkan dokumen tertulis, gambar, foto atau benda lainnya yang berkaitan dengan aspek yang diteliti.²⁸

Alasan dokumen dijadikan sebagai data untuk membuktikan penelitian karena dokumen merupakan sumber yang stabil, dapat berguna sebagai bukti untuk pengujian, mempunyai sifat yang alamiah, tidak relatif, sehingga mudah ditemukan dengan teknik kajian isi, di samping itu hasil kajian isi akan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap suatu yang diselidiki.²⁹

Melalui teknik dokumentasi peneliti menggali beberapa data terkait dalam penelitian ini adalah mencari tahu kapan Kuliner Amanah didirikan, foto sedang berjualan, jenis makanan dan minuman yang dijual, lokasi sebagai area jualan Kuliner Amanah.

E. Pengabsahan Data

Pengabsahan data adalah untuk menjamin bahwa anatar yang diamati dan diteliti sesuai dan benar-benar ada serata peristiwa tersebut memang benar-benar terjadi dan dapat dipercaya. Dalam memperoleh keabsahan data tersebut peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Adapun triangulasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh

²⁸Widodo, *Metodologi Penelitian*, Depok: PT Raja Grafindo, 2018, h. 75.

²⁹Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, h. 93.

melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Menurut Patton yang dikutip Moleong tentang triangulasi sumber dapat dicapai dengan jalan sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara;
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi apa yang dikatakan secara pribadi;
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu;
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang yang berada dan orang pemerintahan;
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.³⁰

F. Teknik Analisis Data

Analisis data diperlukan beberapa tahapan yang perlu dilakukan seperti yang diungkapkan Miles dan Hubberman bahwa teknik analisis data dalam metode penelitian kualitatif dilakukan dalam beberapa tahap sebagai berikut:

1. *Data collection* atau koleksi data adalah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilihan.

³⁰Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, h. 331.

2. Data *reduction* yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengiktiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam suatu konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.
3. Data *display* atau penyajian data ialah data yang kencana penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan.
4. *Conclusion drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data (pengurangan data) dan data display sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang diperoleh.³¹

³¹Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003, h. 69.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. IAIN Palangka Raya

Institut Agama Islam Negeri sebelumnya adalah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya didirikan pada tahun 1997. Pada awalnya lembaga ini bernama Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya, diresmikan Rektor IAIN Antasari Banjarmasin, H. Mastur Jahri, MA pada tahun 1972. Lembaga ini dimaksudkan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan tenaga guru Agama Islam di Kalimantan Tengah. Selanjutnya fakultas ini memperoleh status terdaftar berdasarkan surat keputusan Dirjen Binbaga Islam Depag RI Nomor: Kep/D.V218/1975 tanggal 13 November 1975.

Pada periode 1975-1980. Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya belum mengalami kemauan yang berarti. Ketika itu mahasiswa yang mampu menyelesaikan studi hanya 6 orang pada jenjang sarjana muda. Kemudian pada tahun 1985, Fakultas Tarbiyah Al-jami'ah Palangka Raya bergabung dalam Badan Kerja Sama Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta (BKS-PTAIS) se-Indonesia. Berdasarkan surat BKS-PTAIS dengan Nomor: 008/104/0/BKS-PTAIS/1985 tanggal 19 Januari 1985 Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya secara resmi diterima menjadi anggota Kopertis IV Surabaya.

Selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Presiden RI Nomor: 9 Tahun 1998 dan Keputusan Menteri Agama Tahun 1988, sejak 9 Juli 1988 Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya resmi menjadi Fakultas Tarbiyah Negeri yang merupakan Fakultas Tarbiyah bagian dari IAIN Antasari Banjarmasin.

Kemudian untuk lebih mengembangkan lembaga pendidikan Islam Islam, berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 11 Tahun 1997 serta Keputusan Menteri Agama RI Nomor 301 Tahun 1997, Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari Palangka Raya berubah status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palangka Raya. Dengan perubahan status tersebut memberikan peluang kepada STAIN Palangka Raya untuk menerapkan manajemen sendiri, mengembangkan kelembagaan, jurusan, dan program studi sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman.

Perubahan menjadi IAIN Palangka Raya ditandai dengan penerbitan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 144 Tahun 2014 tentang perubahan status Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Palangka Raya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (2004-2014) pada Jum'at 17 Oktober 2014 atau 3 hari sebelum peralihan kekuasaan, 20 Oktober 2014 kepada Presiden baru terpilih, Joko Widodo.

IAIN Palangka Raya berada di ibukota provinsi Kalimantan Tengah meliputi 15.356.495 Ha atau satu setengah kali (1,5X) lipat luas Pulau Jawa, provinsi ini juga menawarkan potensi ekonomi besar terpendam. Berada teat diperlintasan darat seluruh provinsi di pulau Kalimantan, provinsi ini terdiri atas 13 kabupaten dan 1 kota. Provinsi Kalimantan Tengah merupakan daerah yang memiliki kemajemukan agama, suku, dan kekhasan budaya yang unik.

Penduduk yang bersuku Dayak mendominasi sebesar 50,43% dari keseluruhan jumlah penduduk Kalimantan Tengah. Selain suku Dayak, ada suku-suku lain seperti Banjar, Jawa dan Melayu. Mayoritas penduduk Kalimantan Tengah beragama Islam (74,42%), kemudian kristen (16,03%), Katolik (16,03%), Hindu (1,59%), dan Budha (0,11). Walaupun terdapat berbagai agama dan suku bangsa, masing-masing bisa berdampingan secara damai dan hidup secara damai.

Dalam kehidupan masyarakat lokal ada falsafah hidup “Huma Betang” atau “Rumah Panjang” yang menggambarkan toleransi kehidupan sesama antar umat beragama. Mengingat mayoritas penduduk Kalimantan Tengah adalah muslim, maka IAIN Palangka Raya mempunyai peranan penting sebagai pusat kajian keislamaan, pencetak sarjana muslim, pemelihara nilai-nilai keislaman, dan pembawa cahaya pesan-pesan Islam bagi alumni yang nantinya tidak hanya menduduki posisi formal pemerintahan tetapi juga di posisi non formal seperti bidang pendidikan, politik, wirausaha, dakwah dan

sebagainya. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya memiliki lahan seluas 573.678 m² yang terdiri dari bangunan seluas 8.258 m² dan tanah yang belum memiliki bahan bangunan seluas 565.412 m².

Lokasi Institut Agama Islam Negeri Palangka raya cukup strategis karena berdampingan Islamic Centre yang merupakan pusat pengembangan, penyiaran Islam dan wisata religius di Kalimantan Tengah. Sebagai sebuah perguruan tinggi Islam, IAIN Palangka berusaha terus mengembangkan diri dari sisi kualitas sumber daya manusia, sarana prasarana dan menjalin kerjasama dalam skala regional, nasional maupun internasional.³²

a. Visi Institut Agama Islam Negeri

Universitas Islam Negeri terdepan, unggul, terpercaya, dan berkarakter.

b. Misi Institut Agama Islam Negeri

- 1) Menyelenggarakan pendidikan berkelanjutan dan pelayanan administrasi yang bermutu berdasarkan standar akreditasi nasional dan internasional.
- 2) Memberdayakan dosen, karyawan dan mahasiswa untuk pengembangan profesi secara berkelanjutan baik lokal, nasional, dan internasional.

³²<http://www.iain-palangkaraya.ac.id/v2/profil-institusi/> diakses pada tanggal 14 September 2019 pukul 10:18 WIB.

- 3) Membangun komunikasi dan kerjasama lintas sektoral, lokal, regional, nasional dan internasional.
- 4) Meningkatkan mutu penelitian dan pengabdian bagi kepentingan akademisi dan sosial kemasyarakatan.

2. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Keberadaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya berawal dengan dibukanya program studi Ekonomi syariah pada tahun 2006. Saat itu, program studi Ekonomi Syariah masih berada di bawah naungan Jurusan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya.

Sejalan dengan meningkatnya peminatan dari tahun ke tahun dan perkembangan sumber daya manusia di bidang ekonomi syariah, program studi Ekonomi Syariah sebagai satu-satunya program studi Ekonomi Syariah di Kalimantan Tengah di bawah naungan Jurusan Syariah terus bertransformasi terutama pada aspek kelembagaan. Akhirnya, pada tahun 2014 ekspektasi terhadap transformasi status kelembagaan STAIN Palangka Raya memperoleh angin dengan diterbitkannya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 144 tahun 2014 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Negeri (STAIN) Palangka Raya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada hari Jum'at tanggal 17 Oktober 2015.

Ketika kampus ini beralih nama, maka seluruh organisasi dan tata kerja di bawa naungan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palangka

Raya mengalami transformasi secara total. Salah satu konsekuensi dari transformasi kelembagaan tersebut, penyesuaian terjadi, salah satunya adalah upaya dan perjuangan untuk menambah program studi-program studi baru, reformulasi jabatan struktural dan lain-lain guna mendukung dan menyambut lembaga baru yaitu Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

Alhasil, 4 bulan setelah terjadi perubahan nama dari STAIN Palangka Raya menjadi IAIN Palangka Raya, program studi Ekonomi syariah yang bermula di bawah naungan Jurusan Syariah, kini bernaung di bawah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah salah satu Fakultas yang berada di bawah payung Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya yang pendiriannya berdasarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada hari Kamis tanggal 12 Februari 2015.

Selain program studi ekonomi Syariah dengan akreditasi B, pada tahun 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya, telah memiliki 1 program studi baru, yaitu program studi Perbankan Syariah. Kemudian pada tahun 2016 telah terjadi restrukturisasi Program Studi Zakat Wakaf menjadi program studi Manajemen Zakat Wakaf dan berpindah naungan di bawah payung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Disusul dengan pembukaan program studi baru yaitu

Akutansi Syariah pada tahun 2017, sehingga secara total Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah memiliki 4 program studi.³³

a) Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya

1) Visi Fakultas

“Menjadi pengggagas dan Pusat Pengkajian Ekonomi dan Bisnis Islam yang Unggul dan Menang Bersaing di Kencah Masyarakat Ekonomi ASEAN”.

2) Misi Fakultas

- Menyiapkan sumber daya manusia Indonesia yang berkualitas di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam melalui kegiatan pendidikan Ekonomi dan Bisnis Islam yang mengakomodasi nilai-nilai kearifan lokal yang Islami, kegiatan pelatihan, kegiatan penelitian multiparadigma dan kegiatan abdi masyarakat dalam pengembangan Ekonomi Syariah dan ekonomi kerakyatan berbasis pada standar akreditasi nasional maupun internasional.
- Membangun sinergi antara lembaga Ekonomi Islam, lembaga keuangan syariah, lembaga pendidikan dan pemerintah dalam membumikan Ekonomi dan Bisnis Islam di tingkat regional dan nasional.

³³<http://febi.iain-palangkaraya.ac.id/v3/> diakses pada tanggal 13 September 2019 pukul 20:57 WIB.

- Membangun jaringan dengan lembaga-lembaga Internasional, baik lembaga pendidikan, keuangan, riset, maupun organisasi investor internasional.
- Memajukan Ekonomi dan Bisnis Islam melalui pengkajian dan aksi penelitian terhadap berbagai potensi kreatif untuk pengembangan dan pelaksanaan Ekonomi Islam, baik regional, nasional maupun internasional.
- Memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat dan pemerintah baik pemikiran konstruktif maupun aksi riil dalam pembangunan ekonomi Indonesia yang berkeadilan.

b. Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya

Jumlah tenaga kependidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya berjumlah 16 orang. Agar lebih rinci dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
IAIN Palangka Raya

NO	NAMA	KELAMIN	STATUS
1	Dr. SABIAN, S.H., M.Si	Laki-laki	PNS
2	Dr. SYARIFUDDIN, M.Ag	Laki-laki	PNS
3	MUHAMMAD ZAINAL ARIFIN, M. Hum	Laki-laki	PNS
4	Dr. IMAM QALYUBI, SS,M.Hum	Laki-laki	PNS
5	Dr.AHMAD DAKHOIR, S.HI, MHI.	Laki-laki	PNS
6	ENRIKO TEDJA SUKMANA S.Th.I.MS.I	Laki-laki	PNS
7	JELITA, SHI, M.Si	Perempuan	PNS
8	ALI SADIKIN, M.Si.	Laki-laki	PNS
9	MUHAMMAD NOOR SAYUTI, M.E	Laki-laki	PNS
10	MUHAMMAD RIZA HAFIZI,M.Sc.	Laki-laki	PNS
11	ISRA MISRA, S.E., M.Si	Laki-laki	PNS
12	WAHYU AKBAR, S.E.Sy., M.E	Laki-laki	PNS
13	RAHMAD KURNIAWAN, S.E.Sy., M.E	Laki-laki	PNS
14	NOVI ANGGA SAFITRI, S.Sy., M.M	Perempuan	PNS
15	JEFRY TARANTANG, S.Sy., S.H., M.H	Laki-laki	PNS
16	MOHAMMAD JAMALUDIN, M.H	Laki-laki	PNS

Sumber: data administrasi FEBI 2019

c. Struktur Organisasi FEBI

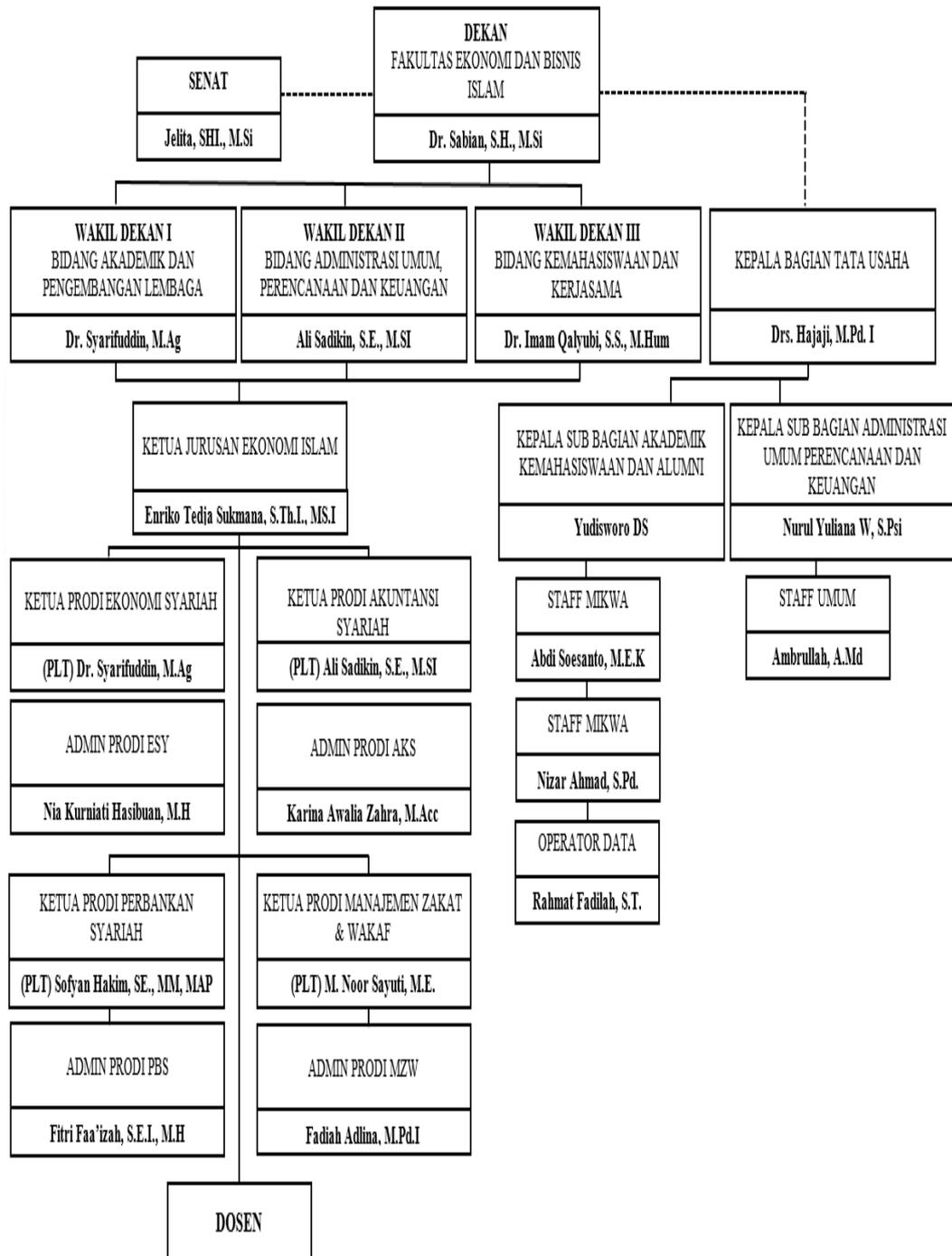
Berdasarkan data yang peneliti kumpulkan terkait dengan struktur organisasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya, maka terdapat susunan organisasi yang terdiri dari Dekan fakultas, Wakil Dekan I, Wakil Dekan II, Wakil Dekan III, Ketua Jurusan, Ketua Prodi dan Kasi Bagian Tata Usaha yang bisa dilihat secara rinci pada gambar berikut ini:

Gambar 1

STRUKTUR ORGANISASI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

IAIN PALANGKA RAYA



Sumber: Data administrasi FEBI 2019

B. Penyajian Data

Sebelum memaparkan penelitian ini, terlebih dahulu peneliti memaparkan tahapan penelitian yang dilaksanakan, yakni diawali dengan penyampaian surat izin penelitian, dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) kemudian setelah mendapatkan surat tembusan tersebut selanjutnya peneliti langsung terjun kelapangan melakukan penggalian data.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai bagaimana langkah-langkah dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya, bagaimana strategi bersaing dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya, dan bagaimana konsep harga dalam perspektif ekonomi Islam pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya.

Peneliti dalam melakukan wawancara menanyakan berdasarkan pedoman wawancara yang tersedia (terlampir), selanjutnya oleh pihak yang diwawancara bahasa yang mereka gunakan dalam menjawab pertanyaan penelitian antara lain dengan bahasa Indonesia dan juga dicampur dengan bahasa lokal. Untuk penyajian hasil penelitian, peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan bahasa Indonesia sepenuhnya, hali ini dimaksudkan untuk mempermudah penjelasan yang disampaikan oleh pemilik Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya.

Berikut ini peneliti menyajikan data hasil dengan Pemilik Kuliner Amanah dalam penelitian ini mengambil 2 orang yaitu AF dan MR. Untuk jelasnya berikut ini akan peneliti paparkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan rumusan masalah penelitian, yakni sebagai berikut:

1. Langkah-langkah penetapan harga yang dilakukan Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya

Langkah-langkah dalam penetapan harga pada konsumen di Kuliner Amanah tentu menjadi hal yang sangat diperhatikan dan dilaksanakan dengan sedetail dan sebaik mungkin. Penetapan harga jual suatu produk harus mempertimbangkan berbagai faktor dalam menetapkan kebijakan harga. Berikut ini data hasil wawancara mengenai langkah-langkah penetapan harga yang dilakukan Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya dengan 2 subjek penelitian sebagai berikut:

a. MR (Subjek 1)

Subjek pertama yang peneliti wawancara adalah MR sebagai mahasiswa sekaligus pemilik Kuliner Amanah semester IX Jurusan Ekonomi Islam Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Pertanyaan yang peneliti ajukan kepada MR berdasarkan rumusan masalah pertama langkah-langkah penetapan harga terkait tujuan penjual dalam menetapkan harga dan berikut hasil wawancara yang telah peneliti peroleh:

“Dalam menetapkan harga kami mencari keuntungan dari hasil penjualan (pentol pedas, tahu pedas, pentol goreng dan es melon. Karena dari penjualan tersebut kami dapat memutar penghasilan lagi untuk dijadikan modal. Untuk harga penjualan pentol pedas, tahu pedas, pentol goreng dengan harga Rp 1.000,- per biji, dan untuk es melon Rp 5.000,- per gelas dalam mendapatkan untung dari penjualan tersebut. Dalam menetapkan harga kami juga melihat orang yang berjualan sama dengan produk yang kami jual jadi kami mengikuti harga pasaran”³⁴.

Berdasarkan hasil wawancara diatas mengenai tujuan penetapan harga MR selaku pemilik Kuliner Amanah mengatakan ditetapkan harga produk yang jual untuk mencari keuntungan dari hasil penjualan pentol pedas, tahu pedas, pentol goreng dengan seharga Rp 1.000,- per bijinya dan untuk penjualan es melon seharga Rp 5.000,- per gelasnya. Dalam menentukan harga Kuliner Amanah juga melihat dari harga pasaran yang menjual produk sama dengannya.

Selanjutnya peneliti kembali menanyakan kepada MR terkait bagaimana penjual dalam menentukan permintaan konsumen menurutnya sebagai berikut:

“Dalam permintaan para pelanggan ada beberapa yang meminta kami untuk menambah jualan dilapak kami seperti nasi atau pun pentol goreng. Tetapi dengan terhalang nya keadaan kami tidak bisa menerima semua saran yang diberikan para konsumen, untuk saran dari beberapa konsumen kami hanya bisa untuk menyediakan pentol goreng karna saran tersebut yang bisa kami lakukan. Banyak beberapa dari konsumen memberi masukan bermacam-macam tapi kami memikirkan terlebih dahulu apa resiko yang akan terjadi, dari pada banyak resiko yang

³⁴Wawancara dengan MR subjek 1 di perpustakaan IAIN Palangka Raya, Selasa 17 September 2019 pukul 11.00 WIB.

terjadi kami lebih memilih sedikit yang kami dijual dilapak kami dari pada harus menerima resiko yang dapat menjatuhkan usaha kami”.³⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas mengenai permintaan dari pelanggan Kuliner Amanah, MR selaku pemilik mengatakan bahwa menerima beberapa saran dari konsumennya, akan tetapi dia memiliki kendala dari saran yang diminta oleh konsumen yang mana konsumen meminta untuk menyediakan nasi, MR menjelaskan bahwa dia belum bisa menyediakan nasi karena menurut dia nantinya akan ada sampah yang berserakan dan ada beberapa hal resiko lainnya.

Kemudian peneliti bertanya kembali mengenai bagaimana menganalisis biaya, harga, dan penawaran pesaing untuk produk yang dijual dan berikut penjelasannya:

“Untuk biaya sudah kami hitung dari pengeluaran biaya produksi dan lainnya selanjutnya untuk harga yang kami sama dengan para penjual lainnya yang menjual produk sama dengan kami, karna kami mengikuti harga pasar agar dagangan kami dapat diterima dipasaran dan bisa bertahan. Dari harga makanan (pentol pedas, pentol goreng dan tahu pedas) seharga Rp 1.000,- dan untuk minuman (es melon) Rp 5.000,- itu saya samakan dengan penjual lainnya³⁶

Berdasarkan jawaban MR mengenai menganalisis biaya, harga dan penawaran pesaing untuk produk yang dijual, MR menjelaskan bahwa biaya dalam memproduksi sudah diperhitungkan seperti halnya biaya produksi, menjual produk

³⁵Ibid.

³⁶Ibid.

makanan pentol pedas, pentol goreng, dan tahu pedas sama dengan penjual lainnya yaitu seharga Rp 1.000,- perbiji karena harga tersebut memang harga penjualan pada umumnya. Untuk penjualan produk minuman es melon dia menjualnya seharga Rp 5.000,- pergelasnya dan juga dia menambahkan penjelasan mengenai harganya yang dia tawarkan termasuk harga penjualan standar pada umumnya.

b.AF (Subjek 2)

AF yaitu pemilik Kuliner Amanah dan sebagai subjek kedua, hasil wawancara berdasarkan rumusan pertama langkah-langkah penetapan harga terkait tujuan penetapan harga, yang peneliti tanyakan bersama saudara AF yaitu sebagai berikut:

“Tujuan menetapkan harga agar produk yang kami jual agar memudahkan pembeli untuk transaksi dengan mencantumkan harga produk yang kami jual yaitu perbiji Rp 1.000,- untuk produk makanan dan untuk es melon Rp 5.000 ,- pergelas”.³⁷

Berdasarkan hasil wawancara AF mengenai tujuan penetapan harga dia menjelaskan bahwa tujuan menetapkan harga agar lebih memudahkan pembeli untuk transaksi dengan menentukan harga penjualan untuk makanan (pentol pedas, pentol goreng, dan tahu pedas) seharga Rp 1.000,- perbiji juga untuk penjualan es melon seharga Rp 5.000,- pergelas

³⁷Wawancara dengan AF subjek 2 di perpustakaan IAIN Palangka Raya, Selasa 17 September 2019 pukul 09.00 WIB.

Selanjutnya peneliti kembali menanyakan terkait dalam menentukan permintaan konsumen sebagai berikut:

“Biasanya kami melihat situasi dan kondisi setiap harinya misalkan saja hari senin lebih banyak permintaan dari konsumen maka hari selasa akan lebih kami buat produk tersebut lebih dari hari senin, dan sebaliknya. Seperti itu cara kami menentukan permintaan dari konsumen-konsumen kami”³⁸.

Berdasarkan wawancara AF mengenai menentukan permintaan dari pelanggan dapat disimpulkan biasanya dia melihat dari situasi dan kondisi misalkan pada hari senin lebih banyak permintaan dari pelanggan jadi hari selasa akan lebih banyak buat produk tersebut lebih dari produksi pada hari senin, dan begitu juga sebaliknya. Setiap harinya permintaan berbeda-beda kadang banyak kadang sedikit tidak bisa sama setiap hari, karena AF ingin mengurangi resiko kerugian untuk nantinya.

Kemudian peneliti kembali bertanya mengenai bagaimana AF terkait menganalisis biaya, harga dan penawaran pesaing sebagai berikut:

“Biaya-biaya produksi dan lainnya sudah kami perhitungkan, untuk harga sama saja harga yang kami jual dengan penjual lainnya perbijinya Rp 1.000,- (pentol pedas, pentol goreng dan tahu pedas) untuk makanan dan minuman (es melon) Rp 5.000,-”³⁹.

Berdasarkan wawancara AF mengenai penawaran pesaing produk yang di jual dapat disimpulkan bahwa untuk biaya seperti

³⁸Ibid.

³⁹Ibid.

produksi sudah diperhitungkan dan lainnya, dalam harga penjualan sama saja dengan harga yang kami jual dengan penjual lainnya seharga Rp 1.000,- perbijinya untuk produk makanan pentol pedas dan tahu pedas juga untuk produk minuman es melon Rp 5.000,- pergelasnya.

2. Strategi bersaing dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya

Pembahasan rumusan masalah yang kedua, peneliti akan menggali terkait strategi dalam penetapan harga yang dilakukan Kuliner Amanah mahasiswa IAIN Palangka Raya. Strategi bersaing dalam penetapan harga ada dua yaitu *skimming* harga dan *penetrasi* harga.

Berikut ini peneliti menyajikan data hasil dengan *owner* (pemilik) Kuliner Amanah dalam penelitian ini mengambil 2 (dua) orang yaitu MR dan AF serta informan dari konsumen Kuliner Amanah 6 (enam) orang yaitu NT, JB, FY, MAR, MJ, dan NJN. Untuk lebih jelasnya berikut ini akan peneliti paparkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan rumusan masalah yakni sebagai berikut:

a. MR (Subjek 1)

Pertanyaan yang peneliti ajukan kepada saudara MR berdasarkan rumusan masalah kedua terkait bagaimana menetapkan keuntungan dengan menerapkan harga produk rendah yang kemudian dijelaskan sebagai berikut:

“Harga yang ditetapkan kami sama dengan harga pasaran pada umumnya makanya kami menetapkan harga murah. Harga murah yang kami tetapkan keuntungannya pun sedikit makanya kami memproduksi jumlah yang lebih banyak agar untung kami pun bertambah pula”.⁴⁰

Hasil wawancara dengan MR mengenai menetapkan keuntungan dengan harga produk rendah. Menurutnya harga yang mereka tetapkan harga pada umumnya (pasaran) oleh penjual lainnya, untuk mendapatkan keuntungan yang banyak Kuliner Amanah dengan cara memproduksi produk yang mereka jual agar keuntungan yang mereka dapat pun bertambah.

Selanjutnya peneliti kembali menanyakan terkait apakah harga tinggi berpengaruh terhadap konsumen Kuliner Amanah MR menjelaskan bahwa:

“Berpengaruh, karena produk yang kami jual itu kualitas standar maka tidak sesuai kalo menetapkan harga produk yang kami jual dengan harga tinggi. Maka dari itu kami menetapkan harga murah untuk menyesuaikan kualitas kami”.⁴¹

Hasil wawancara dengan MR menurutnya ada pengaruh terhadap konsumen Kuliner Amanah karena harga tinggi tidak bisa diterapkan, harga produk makanan (pentol pedas dan tahu pedas) Rp 1.000,- dan minuman (es melon) Rp 5.000,- tersebut harga pasaran pada umumnya. Kuliner Amanah menyesuaikan harga dengan kualitas yang mereka tawarkan.

⁴⁰Wawancara dengan MR subjek I di perpustakaan IAIN Palangka Raya, Selasa 17 September 2019 pukul 11.00 WIB.

⁴¹Ibid.

b. AF (Subjek 2)

Pertanyaan yang peneliti ajukan kepada AF berdasarkan rumusan masalah kedua terkait bagaimana menetapkan keuntungan dengan harga produk rendah dalam menjalankan usahanya, dan kemudian AF menjelaskan sebagai berikut:

“Harga yang ditetapkan ke produk kami jual yaitu dengan harga murah, karena kami mengikuti harga pasaran agar bisa diterima oleh konsumen. Untuk mendapatkan keuntungan lebih kami memproduksi produk yang kami jual agar pendapatan yang kami miliki bertambah pula. Harga murah tetapi kami tidak mengurangi bahan baku produk yang kami jual”⁴².

Hasil wawancara dengan AF menurutnya harga murah yang mereka jual tanpa mengurangi bahan baku yang mereka jual agar cita rasa produk tersebut tetap enak. AF menambahkan penjelasannya untuk mendapatkan keuntungan lebih mereka menggunakan cara yaitu dengan memproduksi produk lebih banyak agar pendapatan yang mereka miliki bertambah pula.

Selanjutnya peneliti kembali menanyakan terkait apakah harga tinggi berpengaruh terhadap konsumen Kuliner Amanah berikut penjelasannya:

“Sangat berpengaruh, misalnya saja menjual pentol sangat kecil dengan harga Rp 2.000,- per biji dengan kualitas standar maka akan berpengaruh ke konsumen. Orang Indonesia biasanya ingin harga murah, enak apalagi dengan bentuk makanan yang pasti ingin lebih higienis.”⁴³

⁴²Wawancara dengan AF subjek 2 di perpustakaan IAIN Palangka Raya, Selasa 17 September 2019 pukul 09.00 WIB.

⁴³Ibid.

Hasil wawancara dengan AF menurutnya sangat berpengaruh karena orang Indonesia menyukai harga murah tetapi enak dan higienis. Harga tinggi juga tidak bisa diterapkan oleh Kuliner Amanah karena harga pasaran produk yang dijual mereka yaitu harga pasaran pada umumnya.

Sedangkan, menurut tanggapan konsumen mengenai strategi bersaing dalam penetapan harga yang dilakukan Kuliner Amanah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya sebagai berikut:

a) NK (Informan I)

Pertanyaan yang peneliti ajukan kepada NK sebagai informan I terkait apakah penetapan harga tinggi berpengaruh pada konsumen Kuliner Amanah dan berikut hasil wawancara yang telah peneliti peroleh:

“Menurut saya berpengaruh karena mahasiswa suka yang murah-murah dan enak. Produk Kuliner Amanah memang banyak disukai karena rasa yang ditawarkan pas dengan lidah para mahasiswa.”⁴⁴

Hasil wawancara dengan NK menurutnya penetapan harga tinggi berpengaruh terhadap konsumen karena mahasiswa menyukai harga murah dan enak. Produk yang ditawarkan Kuliner Amanah banyak digemari oleh konsumen karena rasa enak dan yang ditawarkan pas dilidah.

⁴⁴Wawancara informan 1 dengan NK di IAIN Palangka Raya, Kamis 19 September 2019 pukul 10.00 WIB.

Selanjutnya peneliti kembali menanyakan kepada NK terkait apakah dengan harga jual rendah lebih cepat mendapatkan konsumen dan berikut hasil wawancara yang telah peneliti peroleh:

“Harga murah bisa mempengaruhi kosnumen, karena mahasiswa suka yang murah-murah dan berkualitas juga enak membuat pembeli ingin membeli lagi dan lagi. kebanyakan konsumen Kuliner Amanah banyak dari kalangan mahasiswa anak rantau yang menunggu kiriman uang dari orang tua makanya mereka menyukai harga murah tapi enak agar dapat menghemat kiriman orang tua”⁴⁵.

Hasil wawancara dengan NK menurutnya harga murah bisa mempengaruhi kosnumen karena kebanyakan konsumen banyak dari kalangan mahasiwa anak rantau yang masih menunggu kiriman uang dari orang tua. Oleh sebab itu mereka meyukai harga murah agar dapat menghemat kiriman dari orang tua.

b) JB (Informan 3)

JB salah satu konsumen dari Kuliner Amanah dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Pertanyaan yang peneliti ajukan kepada JB berdasarkan rumusan masalah kedua terkait apakah penetapan harga tinggi berpengaruh pada pelanggan Kuliner Amanah dan berikut hasil wawancara yang telah peneliti peroleh:

“Untuk penetapan harga tinggi menurut saya sangat berpengaruh, saya pun juga berpikir untuk membelinya dengan harga yang mahal dari harga standar pentol

⁴⁵Ibid.

biasanya. Mungkin saya akan membeli ke tempat yang lain, karena harga sangat berpengaruh konsumen”.⁴⁶

Hasil wawancara dengan JB menurutnya harga tinggi sangat mempengaruhi konsumen, karena produk yang dijual Kuliner Amanah produk standar pada umumnya dan harga rata-rata produk makanan (pentol pedas, pentol goreng dan tahu pedas) Rp 1.000,- per biji dan minuman (es melon) Rp 5.000,- per gelas. Harga tersebut rata-rata dijual oleh penjual lainnya misalkan Kuliner Amanah menerapkan harga tinggi dengan kualitas standar maka pembeli bisa berpikir kembali membelinya oleh karena itu harga tinggi tidak bisa diterapkan, harga tinggi bisa diterapkan asalkan bisa menyesuaikan kualitasnya.

Selanjutnya peneliti kembali menanyakan terkait apakah harga jual rendah cepat mendapatkan konsumen dan berikut hasil wawancara yang telah peneliti peroleh:

“Menurut saya tidak juga mempengaruhi dengan harga jual murah untuk mendapatkan pelanggan. Karena yang lebih mempengaruhi ke rasanya dan ciri khasnya jika enak konsumen akan tetap membeli ke Kuliner Amanah”.⁴⁷

Hasil wawancara JB mengenai harga rendah lebih cepat mendapatkan konsumen, menurutnya harga murah tidak terlalu berpengaruh karena lebih ke rasa dan ciri khas juga enak yang bisa menarik konsumen tetap membeli ke Kuliner Amanah. Rasa dan

⁴⁶Wawancara informan 2 dengan JB di IAIN Palangka Raya, Kamis 19 September 2019 pukul 10.00 WIB.

⁴⁷Ibid.

dan ciri khas juga enak hal terpenting menurutnya agar konsumen beli lagi dan lagi.

c) FY (Informan 3)

Pertanyaan yang peneliti ajukan kepada FY sebagai informan 3 terkait apakah penetapan harga tinggi berpengaruh pada konsumen Kuliner Amanah dan berikut hasil wawancara yang telah peneliti peroleh:

“Menurut saya harga tinggi berpengaruh terhadap minat kosumen, karena rata-rata konsumen Kuliner Amanah kebanyakan dari kalangan mahasiwa. Kabanyakan dari mereka lebih menyukai harga murah tapi enak.”⁴⁸

Hasil wawancara dengan FY menurutnya penetapan harga tinggi berpengaruh terhadap konsumen karena kebanyakan dari konsumen Kuliner Amanah mahasiswa yang menyukai harga murah tetapi enak.

Selanjutnya peneliti kembali menanyakan kepada FY terkait apakah dengan harga jual rendah lebih cepat mendapatkan konsumen dan berikut hasil wawancara yang telah peneliti peroleh:

“Sangat bisa ditambah rata-rata konsumen Kuliner Amanah kebanyakan dari kalangan mahasiwa yang sangat suka dengan harga murah”.⁴⁹

Hasil wawancara dengan FY menurutnya dengan harga jual murah produk yang mereka jual, lebih mudah mendapatkan

⁴⁸Wawancara informan 3 dengan FY di IAIN Palangka Raya, Jumat 20 September 2019 pukul 08.00 WIB.

⁴⁹Ibid.

konsumen, karena kebanyakan konsumen Kuliner Amanah kalangan mahasiswa yang suka dengan harga murah.

d) MAR (Informan 4)

Pertanyaan yang peneliti ajukan kepada MAR sebagai informan 4 terkait apakah penetapan harga tinggi berpengaruh pada konsumen Kuliner Amanah dan berikut hasil wawancara yang telah peneliti peroleh:

“Menurut saya berpengaruh karena kebanyakan dari konsumen mencari alternatif lain seperti halnya dengan mencari produk yang murah. Kebanyakan konsumen menyukai harga murah dan enak”.⁵⁰

Hasil wawancara dengan MAR menurutnya penetapan harga tinggi berpengaruh terhadap konsumen karena kebanyakan konsumen menyukai harga murah tapi enak, maka dari itu mereka mencari alternatif lain.

Selanjutnya peneliti kembali menanyakan kepada MAR terkait apakah dengan harga jual rendah lebih cepat mendapatkan konsumen dan berikut hasil wawancara yang telah peneliti peroleh:

“Harga murah tentu bisa karena hal tersebut berdampak pada cepatnya mendapatkan konsumen dengan cara seperti itu”.⁵¹

Hasil wawancara dengan MAR menurutnya harga murah bisa mempengaruhi konsumen karena bisa mempercepat mendapatkan konsumen misalkan ini diterapkan.

⁵⁰Wawancara informan 4 dengan MAR di IAIN Palangka Raya, Rabu 18 September 2019 pukul 10.00 WIB.

⁵¹Ibid.

e) **MJ (Informan 5)**

Pertanyaan yang peneliti ajukan kepada MJ sebagai informan 5 terkait apakah penetapan harga tinggi berpengaruh pada konsumen Kuliner Amanah dan berikut hasil wawancara yang telah peneliti peroleh:

“Menurut saya berpengaruh karena kebanyakan dari konsumen banyak mahasiswa rantau yang ingin murah tapi banyak dan enak, tetapi harga tinggi juga tidak berpengaruh dengan catatan bisa menyesuaikan harga tinggi dengan kualitas yang tinggi juga. Tetapi produk yang dijual Kuliner Amanah kualitas standar maka harga tinggi tidak bisa diterapkan.⁵²

Hasil wawancara dengan MJ menurutnya penetapan harga tinggi berpengaruh terhadap konsumen karena kebanyakan konsumen mahasiswa rantau yang menginginkan harga murah tapi banyak dan enak. Harga tinggi bisa saja diterapkan dengan catatan bisa menyesuaikan harga dengan kualitas, tetapi Kuliner Amanah menjual produk yang standar maka harga tinggi tidak bisa diterapkan dengan begitu Kuliner Amanah menyamakan harga dengan penjual lainnya dikarenakan kualitas yang mereka jual standar.

Selanjutnya peneliti kembali menanyakan kepada MJ terkait apakah dengan harga jual rendah lebih cepat mendapatkan konsumen dan berikut hasil wawancara yang telah peneliti peroleh:

⁵²Wawancara informan 5 dengan MJ di IAIN Palangka Raya, Juma'at 18 September 2019 pukul 13.00 WIB.

“Menurut saya ada pengaruhnya, karena dengan menetapkan harga murah bisa dijangkau oleh siapapun dari konsumen SD, SMP, dan apalagi kebanyakan konsumen Kuliner Amanah banyak dari kalangan mahasiswa ditambah dengan cita rasa yang enak secara otomatis lebih cepat dalam mendapatkan konsumen”.⁵³

Hasil wawancara dengan MJ menurutnya harga murah mempengaruhi konsumen karena bisa dengan harga murah bisa dijangkau dari konsumen SD, SMP, apalagi kebanyakan konsumen dari kalangan mahasiswa yang ingin murah tapi enak selanjutnya ditambah dengan cita rasa yang enak lebih mudah dalam mendapatkan konsumen.

f) JASB (Informan 6)

Pertanyaan yang peneliti ajukan kepada JASB sebagai informan 6 terkait apakah penetapan harga tinggi berpengaruh pada konsumen Kuliner Amanah dan berikut hasil wawancara yang telah peneliti peroleh:

“Menurut saya tentu sangat berpengaruh karena konsumen akan membandingkan harga penjual A dan B misalkan saja penjual A menjual pentol pedas Rp 1.000-, perbijinya sedangkan Rp 1.500-, akan tetapi konsumen akan mencari tahu alasan kenapa ada perbedaan harga contohnya saja perbedaan dari cita rasa dan kualitas, tapi kebanyakan konsumen memilih harga yang lebih murah”.⁵⁴

Hasil wawancara dengan JASB menurutnya penetapan harga tinggi berpengaruh sangat berpengaruh karena konsumen akan membandingkan harga antara penjual A dan B yang menjual

⁵³Ibid.

⁵⁴Wawancara informan 6 dengan JASB di IAIN Palangka Raya, Rabu 18 September 2019 pukul 16.00 WIB.

produk dengan harga yang berbeda misalkan saja perbedaan dengan alasan cita rasanya atau kualitas, akan tetapi kebanyakan konsumen lebih memilih harga yang murah.

Selanjutnya peneliti kembali menanyakan kepada JASB terkait apakah dengan harga jual rendah lebih cepat mendapatkan konsumen dan berikut hasil wawancara yang telah peneliti peroleh:

“Menurut saya harga jual murah lebih mudah dalam mendapatkan konsumen misalkan saja konsumen mempunyai uang sebesar Rp 10.000 ia akan memilih antara penjual A dan B, si A menjual harga satuannya Rp 1.000,- sedangkan si B menjual harga satuannya Rp 2.000 maka si konsumen akan memilih si A karena lebih murah dari si B dan dengan uang sebesar Rp 10.000 ia bisa mendapatkan produk lebih banyak”.⁵⁵

Hasil wawancara dengan JASB menurutnya harga murah bisa mempengaruhi karena lebih mudah dalam mendapatkan konsumen, misalkan saja konsumen mempunyai uang sebesar Rp 10.000-, ingin membeli produk yang ada pilihan antara penjual A dan B, penjual si A menjual harga satuannya Rp 1.000,- sedangkan si B menjual harga satuannya Rp 2.000 maka si konsumen akan memilih si A karena lebih murah dari si B dan dengan uang sebesar Rp 10.000 ia bisa mendapatkan produk lebih banyak.

Berdasarkan hasil wawancara dengan keenam informan dari konsumen Kuliner Amanah bahwa harga tinggi berpengaruh terhadap konsumen, rata-rata alasan mereka karena kebanyakan dari konsumen Kuliner Amanah dari kalangan mahasiswa yang masih menerima uang

⁵⁵Ibid.

dari orang tua. Untuk menghemat uang yang dikirim oleh orang tua mereka makanya lebih menyukai harga murah tapi enak. Harga murah juga berpengaruh dalam memudahkan mendapatkan konsumen terhadap minat konsumen terhadap produk yang dijual Kuliner Amanah, karena produk Kuliner Amanah sesuai antara harga jual dan kualitas produk yang mereka jual dan bisa dijangkau oleh siapa saja.

C. Analisis

Pada bagian ini peneliti membahas hasil penelitian tentang strategi bersaing dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya, dengan mengacu pada rumusan masalah yaitu bagaimana langkah-langkah dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya, bagaimana strategi bersaing dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya, dan bagaimana konsep harga dalam perspektif ekonomi Islam pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya, lebih lanjut penelitian dianalisis sebagai berikut:

1. Langkah-langkah penetapan harga yang dilakukan Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya

Hasil penyajian data yang diperoleh peneliti dengan menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menjawab masalah yang diajukan pada rumusan masalah. Rumusan masalah yang pertama yaitu langkah-langkah penetapan harga yang dilakukan Kuliner Amanah. Melihat kembali pada hasil wawancara yang

dilakukan kepada pemilik Kuliner Amanah dijadikan sebagai subjek utama dan konsumen yang dijadikan sebagai informan tambahan dalam penelitian ini. *Owner* (pemilik) Kuliner Amanah yang untuk diwawancarai oleh peneliti berjumlah 2 (dua) orang yaitu MR dan AF.

a. Memilih Tujuan Penetapan Harga

Segala sesuatu tentunya memiliki tujuan sama halnya dalam melakukan suatu usaha atau berbisnis. Tujuan dari ditetapkan harga yaitu mempermudah dalam transaksi penjual dan pembeli yang menghasilkan keuntungan. Dalam menghasilkan keuntungan ada hal-hal yang perlu diperhatikan untuk mendapatkan keuntungan dengan cara, yaitu:

1. Memilih Lokasi Strategis

Ketetapan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang menentukan kesuksesan sebuah usaha. MR sudah mempertimbangkan secara matang mengenai lokasi sebelum membuka usaha Kuliner Amanah. Lokasi bisnis yang tepat diharapkan dapat memenuhi harapan pengusaha untuk menarik konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan dan sebaliknya apabila terdapat kesalahan dalam pemilihan lokasi akan menghambat kinerja bisnis dan secara otomatis keuntungan maksimal tidak akan dapat dirasakan oleh pengusaha tersebut.

MR memilih lokasi bisnis yang dekat dengan target yang menurut mereka ini merupakan sebuah cara tepat juga mempermudah konsumen dalam bertransaksi untuk mendapatkan produk makanan (pentol pedas, pentol goreng, dan tahu pedas) dan minuman (es melon) yang mereka jual. MR pun memilih lokasi strategis di belakang gedung FEBI (parkiran) sebagai lokasi berjualan dengan alasan, yaitu:

a) Lokasi usaha yang mudah terlihat

Lokasi yang dijadikan untuk berjualan Kuliner Amanah yaitu dibelakang gedung FEBI (parkiran). Menurut MR memilih lokasi ini agar mudah dilihat oleh konsumen secara tidak langsung Kuliner Amanah banyak memperoleh perhatian dan cepat dikenal banyak orang.

b) Akses yang mudah dijangkau

Akses menuju lokasi juga sudah dipertimbangkan MR sebelum berjualan, mereka ingin memilih lokasi berjualan dimana banyak orang yang berlalu lalang serta akses yang tidak rumit dengan begitu akan mempermudah konsumen dalam bertaransaksi. Lokasi Kuliner Amanah mudah dilalui atau mudah dijangkau dengan sarana transportasi, karena menurut MR mayoritas konsumen tidak ingin melakukan perjalanan jauh untuk berbelanja, sehingga kebanyakan

konsumen berbelanja dimana tempat yang mudah dijangkau dan juga tidak terlalu jauh.

Lokasi Kuliner Amanah sangat strategis, karena dekat Fakultas FEBI, FTIK, FUAD, FSYA, Mahad Putri, dan Mahad Laki-laki yang sangat mempermudah konsumen untuk membeli produk makanan (pentol pedas dan tahu pedas) dan minuman (es melon).

c) Banyak konsumen

Menurut MR Konsumen Kuliner Amanah tidak hanya mahasiswa tetapi ada juga dari para dosen-dosen serta mahasiswa FEBI ada juga dari mahasiswa lainnya seperti mahasiswa FUAD, FTIK, dan FSYA, karena tempat lokasi dekat dengan gedung-gedung fakultas FEBI, FTIK, FUAD, FSYA, Mahad Putri, dan Mahad Laki-laki.

2. Jam Kerja

Jam kerja yaitu waktu untuk melakukan pekerjaan dapat dilaksanakan siang hari atau malam hari. Jumlah atau lamanya waktu yang digunakan Kuliner Amanah dalam berdagang atau membuka usaha mereka untuk melayani konsumen yaitu mulai pukul 08.00 WIB – 16.30 WIB dari hari senin sampai jum'at. Hasil wawancara dengan MR dan AF ada keterkaitan antara jam kerja yang biasanya dilakukan Kuliner Amanah dalam berjualan dengan pendapatan yang didapat.

Setiap penambahan waktu operasional akan makin membuka peluang bagi bertambahnya omset penjualan. Semakin lama waktu yang digunakan untuk menjalankan usahanya mulai pagi hingga sore hari, jumlah barang yang ditawarkan, maka semakin besar peluang Kuliner Amanah untuk mendapatkan keuntungan.

Tahapan-tahapan dalam pembuatan dari bahan mentah hingga siap di produk siap di jual. Pertama, jam 20.00 WIB membeli bahan seperti ayam, bumbu lainnya setelah itu dibersihkan lalu dimasukan ke dalam kulkas. Kedua, jam 06.00 WIB membeli bahan tambahan seperti tepung dan tahu. Ketiga jam 06.30 WIB menggiling selanjutnya dibulat pentolnya. Keempat, jam 07.00 WIB pentol pedas dan tahu pedas dimasak setelah masak di *packing*. Kelima, jam 07.30 WIB dibawa kekampus untuk dijual, jam 08.00 WIB membuat es melon dan produk siap dijual ke konsumen.

3. Meningkatkan Volume Penjualan

Salah satu tujuan melaksanakan kegiatan dalam usaha yaitu tercapainya tingkat volume penjualan yang diinginkan oleh pengusaha tersebut baik berupa barang atau jasa. Dengan volume penjualan usaha diperlukan agar dapat tercapai laba serta kelangsungan hidupnya dapat dipertahankan.

Menurut MR harga yang mereka tetapkan relatif harga murah, karena menyamakan harga pasaran yaitu produk makanan (pentol pedas, pentol goreng, dan tahu pedas) Rp 1.000,- per biji dan minuman (es melon) Rp 5.000,- per gelas. Penetapan harga murah yang mereka jual, yaitu melakukan cara dengan memperbanyak produksi produk untuk dijual agar mendapatkan keuntungan lebih. Menurut MR dalam meningkatkan volume penjualan juga bisa dilakukan dengan cara promosi dan memberikan bonus beli lima biji pentol atau tahu gratis 1, cara seperti ini bisa meningkatkan volume penjualan dari Kuliner Amanah.

4. Promosi

Promosi cara yang dilakukan oleh pemasar untuk menginformasikan dan mempengaruhi para konsumen atau masyarakat sehingga dapat tertarik untuk membeli serta menggunakan produk ataupun jasa yang dipasarkannya. Melakukan promosi sangat penting agar produk yang dijual Kuliner Amanah dapat diketahui oleh konsumen sehingga laku.

Promosi yang dilakukan Kuliner Amanah tujuan utamanya ialah memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatkan penjual. Sehingga, dengan adanya promosi dapat membangun kepercayaan pada konsumen atas produk yang dikual serta produk yang dijual pada akhirnya

konsumen akan mengkonsumsi produk tersebut. Promosi pada dasarnya bermain dalam tiga wilayah perilaku konsumen, meliputi pemberian pengetahuan (*knowledge*), pengembangan sikap (*attitude*), dorongan untuk bertindak (*practice*), yang dijadikan dasar dalam penentuan tujuan promosi atau komunikasi pemasaran yaitu dengan menambah jaringan pertemanan antar fakultas, antar prodi, dan antar kelas.

Kuliner Amanah menggunakan IG (*Instagram*) dan WA (*Whatsapp*) sebagai media untuk memasarkan atau mempromosikan produk makanan (pentol pedas dan tahu pedas) dan minuman (es melon) yang mereka jual dengan alasan kemudahan dan fitur ambil foto serta video yang terdapat di aplikasi tersebut. Promosi melalui IG (*Instagram*) dengan cara merepost *tagged* dari pelanggan Kuliner Amanah, paide promote, dan *instastory*. Selanjutnya promosi melalui WA (*Whatsapp*) dengan snap WA (*Whatsapp*) dan mengirim pamflet ke group WA (*Whatsapp*).



Sumber: Kiriman Whatsaap dari AF 2019

Kemudahan yang diberikan oleh IG (*Instagram*) dan WA (*Whatsapp*) berdampak pada omset penjualan Kuliner Amanah. Hal ini terbukti dengan bertambahnya konsumen untuk membeli produk produk makanan (pentol pedas, pentol goreng dan tahu pedas) dan minuman (es melon) di Kuliner Amanah.

Promosi Kuliner Amanah tidak pernah menyinggung atau menjelek-jelekkan pedagang lainnya yang menjadi pesaing, karena menurut MR dan AF setiap pedagang mempunyai kelebihan masing-masing. Mereka juga tidak pernah menggunakan kata-kata yang memprofokatif pada setiap promosi yang dilakukan.

b. Menentukan Permintaan

Konsep permintaan digunakan untuk mengukur keinginan konsumen dalam suatu pasar. Setiap orang boleh saja menginginkan apa yang diinginkannya, tetapi jika keinginan itu tidak ditunjang dengan kesediaan membeli serta kemampuan atau pendapatan yang cukup untuk membeli maka keinginan itupun hanya akan tinggal keinginan saja, kemampuan atau daya beli tidak ada. Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya permintaan konsumen terhadap produk Kuliner Aamanah, sebagai berikut:

1. Harga Barang Itu Sendiri

Menurut MR permintaan dipengaruhi oleh harga, karena jika harga barang tinggi maka permintaan menurun dan

sebaliknya, artinya salah satu faktor yang menentukan besar kecilnya jumlah permintaan terhadap barang adalah harga. Sebaliknya jika barang tersebut turun maka permintaan akan meningkat. Tinggi rendahnya harga menurut MR sangat mempengaruhi konsumen. Harga produk makanan (pentol pedas, pentol goreng, dan tahu pedas) dan minuman (es melon) yang dijual Kuliner Amanah adalah harga murah dengan begitu berpengaruh dalam permintaan konsumen.

NT sependapat dengan MR dan AF menurutnya mahasiswa menyukai harga murah, karena kebanyakan dari mahasiswa belum memiliki pendapatan atau masih meminta uang dengan orang tua. Uang saku yang dikasih orang tua pun terbatas. Oleh sebab itu, dengan harga murah berpengaruh permintaan dari konsumen.

2. Salera Masyarakat

Salera atau kebiasaan bisa mempengaruhi permintaan konsumen seperti halnya yang diungkapkan oleh MR selaku pemilik Kuliner Amanah, menurutnya banyak konsumen menyukai produk yang mereka jual (pentol pedas, tahu pedas, dan es melon) dan ada beberapa konsumen menyarankan untuk menambah produk seperti nasi dan pentol goreng. Beberapa saran dari konsumen hanya saja pentol goreng yang bisa mereka

sediakan karena memikirkan resiko nantinya seperti sampah berserakan dan lainnya.

c. Menganalisis Biaya, Harga, dan Penawaran Pesaing

Dalam menganalisis biaya dituntut mengetahui seberapa besar biaya yang digunakan dalam memproduksi makanan (pentol pedas dan tahu pedas) dan minuman (es melon) dari Kuliner Amanah dan bisa meminimalisir pengeluaran yang terlalu banyak. Biaya dalam produksi pentol pedas sehari sekitar Rp 125.000,- biaya tahu perhari Rp 35.000,- biaya sambalnya Rp 40.000,- dan es melon pertemosnya sekitar Rp 60.000,- total semua biaya Rp 260.000,-. Menurut MR keuntungan mereka dapatkan dalam seharinya kurang lebih sekitar Rp 700.000,- seharinya dikurangi pengeluaran biaya Rp 260.000,- dan keuntungan bersih sekitar Rp 440.000,- dalam seharinya.

Secara sederhana dalam bidang perdagangan, biaya yaitu sejumlah uang yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan atau perorangan untuk membuat produk atau jasa. Biaya tersebut menyangkut semua hal yang memiliki nilai seperti biaya produksi, dan sebagainya. Biaya dijadikan pertimbangan dalam menentukan harga jual produk tersebut.

Dalam menganalisis harga apakah harga yang di patokkan itu sudah sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Harga yang dipatokkan oleh Kuliner Amanah sudah sesuai dalam menjual

makanan (pentol pedas dan tahu pedas) dan minuman (es melon). Harga tersebut harga pada umumnya dan menyamakan dengan harga pasaran. Harga makanan (pentol pedas dan tahu pedas) Rp 1.000,- per biji sedangkan minuman (es melon) Rp 5.000,- per gelas.

Harga yaitu nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Dalam arti yang lebih luas harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Dalam menganalisis penawaran yang diberikan pesaing itu lebih baik dari kita, jika penawaran yang diberikan pesaing itu lebih baik kita harus menganalisis apakah penawaran yang kita tawarkan itu sudah sesuai apa belum sehingga jika belum sesuai kita bisa memperbaiki cara penawaran dan penyampaian penawaran kepada konsumen. Penawaran dari Kuliner Amanah sama dengan pesaing, karena harga makanan (pentol pedas dan tahu pedas) itu pada harga umumnya Rp 1.000,- per biji dan harga minuman (es melon) per gelas Rp 5.000,-.

Penawaran (*supply*) yaitu sejumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen atau penjual pada berbagai tingkat harga dan pada periode atau waktu tertentu. Jumlah barang yang akan dijual oleh produsen disebut sebagai kuantitas yang ditawarkan

(*quantity supplied*). Biasanya jumlah yang ditawarkan bisa berbeda dengan jumlah yang terjual, bisa saja jumlah barang yang ditawarkan lebih besar dari pada jumlah barang yang terjual.

Hukum penawaran menyebutkan bahwa bila harga naik jumlah barang yang ditawarkan bertambah sebaliknya bila harga turun jumlah yang ditawarkan akan turun pula. Faktor yang mempengaruhi penawaran dari Kuliner Amanah yaitu harga barang itu sendiri, karena harga yang ditawarkan harga murah menyesuaikan harga pasaran atau sama dengan harga penawaran pesaing yang tidak ada bedanya.

Hasil analisis yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik Kuliner Amanah mengenai langkah-langkah dalam penetapan harga. Pertama tujuan ditetapkan harga seperti yang diungkapkan saudara MR untuk memperoleh keuntungan dari hasil penjual. Faktor-faktor yang mempengaruhi keuntungan yaitu dari memilih lokasi strategis, jam kerja, meningkatkan volume penjualan, dan promosi yang bisa meningkatkan keuntungan yang mereka dapatkan pada usaha yang dijalankannya. Kedua menentukan permintaan yang diungkapkan oleh MR selaku pemilik Kuliner Amanah ada hal yang mempengaruhi permintaan konsumen yaitu salera. Salera bisa mempengaruhi karena rasa produk itu sendiri membuat konsumen membeli terus menerus (ketagihan). Selanjutnya

keinginan konsumen untuk menambah produk dari Kuliner Amanah hanya saja pentol goreng yang bisa mereka lakukan dikarena untuk mengurangi resiko nantinya. Ketiga menganalisis biaya, harga, dan penawaran pesaing tanggapan MR bahwa sudah diperhitungkan biaya yang akan dikeluarkan nantinya seperti membeli bahan baku, biaya produksi dan lainnya. Untuk harga dan penawaran saja dengan penjual lainnya, karena Kuliner Amanah menetapkan harga menyesuaikan harga pasaran atau sama dengan penawaran pesaing.

2. Strategi bersaing dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya

Konsumen sebagai pengguna barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain. Konsumen yaitu orang atau sesuatu yang membutuhkan, menggunakan, dan memanfaatkan barang atau jasa.

Dalam lingkungan kehidupan yang relarif konsumtif seperti saat ini dan iklan serta jenis promosi lainnya yang sangat gencar mempengaruhi masyarakat untuk membeli suatu produk, tuntutan untuk memahami perilaku konsumen menjadi penting. Sebagai pemasar, jelas sangat banyak maanfaatnya. Dalam pasar yang semakin intensif tingkat persaingannya, tuntutan konsumen yang

semakin tinggi untuk diperlukan secara khusus menyebabkan pemahaman perilaku konsumen menjadi semakin tinggi.

Menurut AF untuk memenangkan persaingan agar produk yang mereka jual lebih unggul, mereka belajar memahami keinginan dari konsumen agar lebih mudah menyusun strategi. Pemahaman terhadap perilaku konsumen sangat bermanfaat untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa. Konsumen yang puas mengonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut.

Menetapkan harga AF harus menggunakan strategi bersaing dalam penetapan harga yang tepat, hal ini diperlukan agar produk diterima oleh konsumen. Harga yaitu sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa.

Penetapan harga yaitu suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh Kuliner Amanah dari produk

yang dihasilkan. Penetapan harga yang baik tidak hanya menghasilkan keuntungan bagi penjual tetapi juga memberikan keuntungan bagi pembeli. Untuk itu penetapan harga harus seefektif mungkin. Berikut ini adalah proses penetapan harga jual produk Kuliner Amanah.

Tabel 4.1
Tahap Proses Penetapan Harga Produk Kuliner Amanah



Pembelian bahan baku merupakan kegiatan awal yang dilakukan oleh Kuliner Amanah sebelum melakukan kegiatan produksi dan melakukan penjualan. Dalam kegiatan ini Kuliner Amanah harus mengerti bahan apa saja yang harus dibeli terutama bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan (pentol

pedas, tahu pedas, dan es melon). Bahan yang dibeli seperti, ayam, tahu, tepung, melon, susu, dan lainnya.

b. Persediaan

Tahap selanjutnya setelah pembelian atau pembelanjaan yang dilakukan oleh Kuliner Amanah adalah mengumpulkan barang atau bahan yang sudah dibeli dan selanjutnya untuk dilakukan kegiatan produksi. Dalam kegiatan ini banyak hal yang harus dilakukan oleh Kuliner Amanah karena sesudah barang atau bahan dibeli dan sebelum barang diproduksi banyak hal yang harus dilakukan dan diperhitungkan dalam pengecekan persediaan barang.

c. Total biaya produksi

Dalam kegiatan ini Kuliner Amanah wajib menghitung berapa total biaya yang dikeluarkan dalam melakukan kegiatan produksi yang baru saja dihasilkan. Kegiatan ini diperlukan ketelitian yang tinggi. Selain itu, dalam perhitungan ini tidak hanya jumlah barang atau bahan saja yang dihitung, tetapi ada beberapa hal lain yang perlu diperhitungkan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam tahap pengecekan modal yaitu:

- 1) Cek biaya produk
- 2) Cek biaya transportasi
- 3) Cek biaya lain-lain
- 4) Cek biaya total produksi

Berdasarkan pemaparan dari hasil penelitian diatas, dapat diketahui bahwa cek modal sangat diperhatikan oleh Kuliner Amanah, karena cek modal yang akan menentukan harga jual produk tersebut. Dengan adanya pengecekan modal, maka perusahaan dapat mengetahui biaya total yang dikeluarkan oleh Kuliner Amanah yang kemudian dapat dihitung jual produk tersebut dengan metode penetapan harga yang digunakan.

d. Penetapan harga

Proses penetapan harga dalam tahap ini merupakan tahap yang sangat penting setelah beberapa tahapan yang dilakukan oleh Kuliner Amanah diatas. Setelah semua kegiatan sebelumnya terlaksana seperti berbelanja, stok barang, dan cek total biaya produksi barulah langkah selanjutnya yaitu menentukan harga jualnya.

Penetapan harga yang dilakukan Kuliner Amanah dalam harga jual produknya, Kuliner Amanah menggunakan metode memperhitungkan seluruh biaya yang dikeluarkan sejak bahan baku mulai diproses sampai produk jadi siap dijual. Dalam hali ini Kuliner Amanah harus benar-benar rinci memperhitungkan keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam menciptakan produknya.

Penetapan harga dalam Kuliner Amanah secara tidak langsung kerap kali mengalami kendala terutama ketika bahan

baku membuat produk seperti pentol pedas mengalami kenaikan. Namun hal ini Kuliner Amanah mengambil tindakan dengan tetap bertan pada harga yang ada meskipun bahan baku mengalami kenaikan, hal ini diungkapkan MR dan AF selaku pemilik Kuliner Amanah

Tabel 4.2
Biaya Produksi Kuliner Amanah

No	Nama	Harga
1	Ayam	Rp 160.000
2	Daun sop dan daun bawang	Rp 10.000
3	Cabai kriting	Rp 40.000
4	Cabai Rawit	Rp10.000
5	Tepung dan bahan bumbu	Rp 60.000
6	Bawang putih	Rp 25.000
7	Daun jeruk	Rp 2.000
8	Gula merah	Rp 10.000
9	Giling	Rp 15.000
10	Bulatin	Rp 20.000
11	Tahu	Rp 35.000
12	Gula	Rp 28.000
13	Marjan melon	Rp 22.500
14	Susu enak	Rp 10.000

Sumber: dibuat oleh penulis 2019

Tabel 4.3
Harga Produk Kuliner Amanah

No	Nama	Harga
1.	Pentol Pedas	Rp 1.000
2.	Pentol Goreng	Rp 1.000
3.	Tahu Pedas	Rp 1.000
4.	Es Melon	Rp 5.000

Sumber: dibuat oleh penulis 2019

Harga *skimming* adalah strategi penentuan harga, dimana perusahaan atau pemilik produk akan memasang harga sangat tinggi untuk suatu barang, kemudian harga tersebut akan semakin turun seiring dengan berjalannya waktu. Penetapan harga *skimming* untuk usaha Kuliner Amanah ini tidak memungkinkan, karena kualitas produk yang dijual Kuliner Amanah kualitas standar maka dari itu harga *skimming* tidak cocok diterapkan di usaha Kuliner Amanah. Maka dari itu Kuliner Amanah menggunakan strategi *penetrasi* yaitu menetapkan harga awal yang rendah karena harga produk yang ditetapkan Kuliner Amanah harga rata-rata yang di pasaran. Strategi harga rendah adalah strategi yang menekankan pada upaya memproduksi produk standar dengan biaya per unit yang sangat rendah.

Biaya yang dikeluarkan Kuliner Amanah cukup banyak, tetapi bisa menetapkan harga produk makanan (pentol pedas dan tahu pedas) Rp 1.000-, perbiji dan minuman (es melon) Rp 5.000 pergelas untuk menyamakan harga pasaran. Harga yang ditetapkan Kuliner

Amanah sangat murah dan terjangkau untuk konsumen, karena kebanyakan konsumen dari mahasiswa yang masih meminta uang kepada orang tua. Ditetapkan harga murah untuk mendapatkan keuntungan lebih banyak. Kuliner Amanah memilih cara dengan memproduksi produk makanan (pentol pedas dan tahu pedas) dan minuman (es melon) lebih banyak agar keuntungan pun bertambah banyak.

Kuliner Amanah menerapkan strategi ini untuk semua produknya. Strategi ini diterapkan Kuliner Amanah tahun 2018 sampai sekarang. Kuliner Amanah menerapkan strategi ini bukan hanya pada even-even atau periode tertentu saja, penerapan strategi ini dilakukan Kuliner Amanah setiap hari.

Hasil analisis yang dilakukan peneliti, maka dapat disimpulkan menurut saudara AF yang mereka terapkan dalam penetapan harga yaitu mengikuti harga pasaran pada umumnya pada produk makanan (pentol pedas dan tahu pedas) Rp 1.000 per biji dan minuman (es melon) Rp 5.000,- per gelas. Oleh sebab itu alasan Kuliner Amanah menetapkan harga murah dan agar mendapatkan volume penjualan besar.

3. Konsep harga dalam perspektif Ekonomi Islam pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya

Islam sebagai agama menurut ajaran yang bersifat *komprehensif* dan *universal*. *Komprehensif* berarti syariah Islam merangku seluruh

aspek kehidupan, baik ritual (ibadah) maupun sosial (muamalah). Agama Islam senantiasa mendorong para pemeluknya untuk melakukan berbagai kegiatan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial dalam rangka menegakkan agama yang rahmatan lilalamin. Salah satunya adalah transaksi ekonomi berupa barang dan jasa yang mengakibatkan adanya permintaan dan penawaran yang pada akhirnya bertemunya para pedagang dan pembeli atau produsen dan konsumen dalam kegiatan perdagangan.

Kedua pihak tersebut akan saling menentukan dan mempengaruhi harga. Dalam penetapan harga jual agama Islam telah menjelaskan suatu proses jual beli, yaitu dalam surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa ayat 29)⁵⁶

Maksud dari ayat diatas adalah memerintahkan orang-orang yang beriman, melarang memakan harta dengan jalan yang dilarang Allah. Dan membolehkan jual beli dengan dasar suka sama suka tidak adanya keterpaksaan antara pihak yang bersangkutan. Dan jangan menjerumuskan

⁵⁶Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah*, h. 122.

diri kalian dengan melanggar perintah-perintah Allah. Sesungguhnya Allah maha penyayang. Sebelum menetapkan harga ada beberapa konsep dalam ekonomi Islam yang perlu diperhatikan, yaitu:

a) Prinsip Keadilan

Prinsip ini menuntut agar kita memperlakukan orang lain dengan haknya. Prinsip ini mengatur agar kita bertindak sedemikian rupa sehingga hak semua orang terlaksana secara kurang lebih sama sesuai dengan apa yang menjadi haknya tanpa saling merugikan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, keadilan sudah diterapkan oleh Kuliner Amanah dalam berjualan. Pemilik Kuliner Amanah (MR dan AF) dalam berjualan tidak pernah membedakan harga antara pembeli satu dengan lainnya, dimana anatara pejual dan pembeli sudah memenuhi kesepakatan pada saat terjadinya transaksi jual beli dan tidak merugikan di salah satu pihak.

b) Laba (Keuntungan)

Proses penetapan keuntungan yang dilakukan Kuliner Amanah yaitu dengan memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Dalam menetapkan keuntungan yang diinginkan Kuliner Amanah tidak mempunyai persentase keuntungan yang sama setiap produknya, karena Kuliner Amanah lebih mementingkan kualitas rasa dan mutu produk yang mereka perjualkan.

Penetapan keuntungan pada Kuliner Amanah tetap memperhitungkan biaya yang mereka keluarkan dalam produksi

suatu produk. Laba (keuntungan) dalam Islam sendiri tidak ada batasan atau standarisasi dalam pengambilan keuntungan yang mengikat para pedagang dalam melakukan transaksi jual beli mereka. Namun dalam hal ini tetap memperhatikan kode etik yang disyariatkan dalam Islam seperti sikap santun, qanaah, toleransi, dan memudahkan. Jadi Kuliner Amanah boleh saja mengambil keuntungan berapapun yang mereka inginkan, asalkan tetap memperhatikan kode etik yang disyariatkan dalam agama Islam.

c) Larangan *Ikhtikar* (Penimbunan)

Rasulullah telah melarang praktik *ikhtikar*, yaitu secara sengaja menahan atau menimbun barang, terutama pada saat terjadi kelangkaan dengan tujuan untuk menaikkan harga dikemudian hari. Usaha Kuliner Amanah memproduksi pentol pedas, tahu pedas, dan es melon dari bahan baku atau bahan mentah diproses menjadi produk dan kemudian dijual.

Pentol pedas, tahu pedas, dan es melon merupakan makanan dan minuman yang tidak bisa bertahan lama. Jadi tidak mungkin adanya praktik *ikhtikar* (penimbunan) pada usaha tersebut, karena produk yang mereka jual (Pentol pedas, tahu pedas, dan es melon) merupakan produk yang tidak tahan lama dan tidak bisa diawetkan atau pakai bahan pengawet karena akan berbahaya bagi yang mengkonsumsinya.

Pengharaman *ikhtikar* (penimbunan) ini untuk setiap barang yang dibutuhkan manusia, baik bahan makanan pokok, obat-obatan, pakaian, peralatan sekolah, perabotan rumah, dan lainnya. Penimbunan termasuk *kezhaliman* dan didalamnya terdapat ancaman bagi pelakunya, sesuai dengan surat Al-Hajj ayat 25 yang berbunyi:

إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالْمَسْجِدِ الْحَرَامِ الَّذِي جَعَلْنَاهُ لِلنَّاسِ سَوَاءً الْعِكِفُ فِيهِ وَالْبَادِ وَمَن يُرِدْ فِيهِ بِالْحَادِ بِظُلْمٍ نُّذِقْهُ مِن عَذَابِ أَلِيمٍ ﴿٢٥﴾

Artinya: “*Sesungguhnya orang-orang yang kafir dan menghalangi manusia dari jalan Allah dan Masjidilharam yang telah Kami jadikan untuk semua manusia, baik yang bermukim di situ maupun di padang pasir dan siapa yang bermaksud di dalamnya melakukan kejahatan secara zalim, niscaya akan Kami rasakan kepadanya sebahagian siksa yang pedih*”. (QS. Al-Hajj ayat 25)⁵⁷

Al-Qur’an dalam menjamin stabilitas ekonomi senantiasa memperhatikan sikap dan perilaku para pelaku ekonomi dalam menjalankan aktifitasnya. Dalam hal ini Al-Qur’an secara tegas menyatakan, agar umat Islam tidak melakukan penimbunan dalam aktifitas jual beli dan aktifitas ekonomi lainnya.

Dalam bermuamalah (jual-beli) semuanya diperbolehkan kecuali ada ketentuan yang dilarang oleh syariat Islam. Larangan ini disebabkan karena terdapat beberapa sebab yang dapat membantu berbuat maksiat atau melakukan hal yang dilarang Allah swt, adanya

⁵⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemah*, Surabaya: CV Jaya Sakti, 1997, h. 515.

unsur penipuan dan adanya unsur mendzalimi pihak yang bertransaksi dan sebagainya. Jadi, setiap transaksi jual beli harus didasarkan prinsip kerelaan antara kedua belah pihak dan tidak *bathil* (tidak ada pihak yang *mendzhalimi* dan *didzalimi*).

d) Ijab dan Kabul

Dalam menjalankan bisnis, satu hal yang sangat penting adaah masalah akad (perjanjian). Jual beli tentunya tidak terlepas dari transaksi *ijab* dan *qabul*. Pada saat pelaksanaan akad jual beli antara penjual dan pembeli harus berada ditempat yang sama, serta barang yang akad diakadkan juga harus berada di tempat tersebut.

Akad adalah salah satu cara untuk memperoleh harta secara syariat Islam yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Akad merupakan cara yang diridhai Allah dan harus ditegakkan isinya, sesuai dengan surah Al-Maidah ayat 1 yang berbunyi sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحْلِي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu[388]. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”. (QS. Al-Maidah ayat 1)⁵⁸

⁵⁸Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Surabaya: CV Jaya Sakti, 1997, h. 156.

Menurut para ulam fiqih, kata akad didefinisikan sebagai hubungan antara *ijab* dan *kabul* sesuai dengan kehendak syariat yang menetapkan adanya pengaruh (akibat) hukum dalam objek perikatan. Akad (ikatan, keputusan, atau penguatan) atau perjanjian atau transaksi yang dapat diartikan sebagai kemitraan yang terbingkai dengan nilai-nilai syariah.

Secara khusus akad yaitu kesetaraan antara *ijab* (pernyataan penawaran/pemindahan kepemilikan) dan *kabul* (pernyataan penerima kepemilikan) dalam lingkup yang disyariatkan dan pengaruh pada sesuatu. Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, yang dimaksud dengan akad adalah kesepakatan dalam suatu perjanjian antara perbuatan hukum tertentu.

Akad jual beli yang dilakukan oleh Kuliner Amanah memiliki *shighat* atau bentuk yang biasa yang digunakan oleh banyak orang, jika pembeli mengatakan “tukar” maka penjual menjawab “jual”, dan sebaliknya penjual mengatakan “jual” maka pembeli menjawab “tukar”. Syarat dalam proses akad jual beli sudah terpenuhi seperti adanya barang, penjual, pembeli, dan alat tukarnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan mengenai strategi bersaing dalam penetapan harga pada Kuliner Amanah Mahasiswa IAIN Palangka Raya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis dari langkah-langkah penetapan harga ditinjau dari tujuan penetapan harga, menentukan permintaan, dan menganalisis biaya, harga serta penawaran pesaing yaitu untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan dan agar bisa bertahan hidup usaha yang mereka jalankan.
2. Hasil analisis strategi bersaing dalam penetapan harga yang dilakukan Kuliner Amanah menggunakan strategi *penetrasi*, karena harga Kuliner Amanah mengikuti harga pasaran yang rata-rata dijual oleh pedagang lainnya.
3. Hasil analisis harga yang ditetapkan oleh Kuliner Amanah dinilai sesuai dengan ekonomi Islam, karena Kuliner Amanah menerapkan seperti halnya prinsip keadilan, ijab dan kabul, laba (keuntungan), serta larangan *ikhtikar* (penimbunan).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti kumpulkan maka ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan, sebagai berikut:

1. Bagi pemilik usaha Kuliner Amanah

Menjalankan usaha dengan memperhatikan aspek syariah sehingga ilmu yang didapatkan diperkuliahan bisa teraplikasi dalam usaha yang dijalankan.

2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Memberikan apresiasi kepada mahasiswa yang melakukan usaha ini dengan segera merealisasikan atau menyediakan wadah yang strategis yang khususnya bagi mahasiswa dengan biaya yang tidak mahal atau gratis dalam menjalankan usaha seperti makanan dan minuman selain kantin yang telah disediakan oleh pihak kampus.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Agar bisa melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui secara detail strategi bersaing dalam penetapan harga yang di jalankan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Anwar, Samsul. *Hukum Perjanjian Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2007.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah*. Surabaya: CV Jaya Sakti, 1997.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.
- Machfoedz, Mahmud. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005.
- Machfoedz, Mahmud. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005.
- Mintzberg, Henry. *Tracking Strategies: Toward a General Theory*. New York: Oxford University Press, 2007.
- Moleong, Lexy J.. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Porter, Michael E.. *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industry dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga, 1980.
- Saebani, Beni Ahmad. *Metode Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2008.
- Sahroni, Oni. *Fikih Mumalah Dinamika Teori Akad dan Implemntasinya dalam Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2016.

Syafe'i, Rahmat. *Fiqih Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Ilmu, 2001.

Tanzeh, Ahmad. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, 2011.

Thamrin Abdullah dkk. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2012.

B. Internet

<https://www.akutansilengkap.com/ekonomi/penetapan-harga-tujuan-metode-dan-strategi/> diakses pada tanggal 10 September 2019 pukul 11:08 WIB.

<https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2016/12/4-metode-penetapan-harga.html?m=> diakses pada tanggal 10 September 2019 pukul 12:13 WIB.

<https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-kuliner> diakses pada tanggal 11 September 2019 pukul 20:56 WIB.

Jarvis, <https://jarvis-store.com/artikel/strategi-penentuan-harga-produk-bisnis>, diakses pada tanggal 7 Agustus 2019 pukul 19:55 WIB.

C. Skripsi

Iman Romansyah, *Analisi Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparasi pada Yussy Akmal dan Shereen Cake and Bread)*, Lampung, 2016.

Bayu Cahyono, *Analisis Strategi Penetapan Harga Pada Taman Pintar Yogyakarta*, Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014.

M. Ismail Ali Serunting, *Strategi Penetapan Harga ATK CV. Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017.

Sukarno Dewantoro, *Strategi Penetapan Harga Pada PT Madubaru Bantul*, Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.

