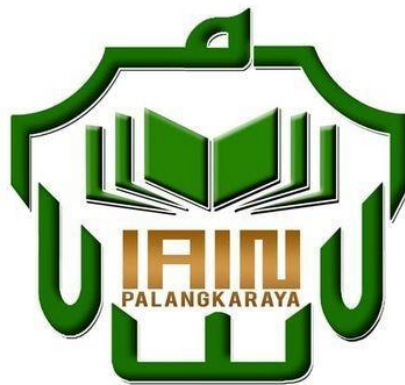


STRATEGI PEDAGANG BUNGA DALAM MENETAPKAN HARGA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



oleh

ELLY LUSIANA
NIM. 1604120551

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PRODI EKONOMI SYARIAH
TAHUN 2022 M/1443 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

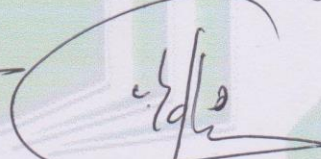
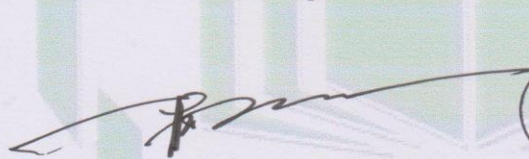
JUDUL : STRATEGI PEDAGANG BUNGA DALAM
MENETAPKAN HARGA MENURUT PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM
NAMA : ELLY LUSIANA
NIM : 1604120551
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Januari 2022

Menyetujui

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2



Ali Sadikin, M.SI

NIP. 197402011999031002

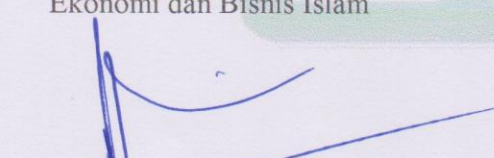
Fadiah Adlina M.Pd.I

NIP. 199101282018091322

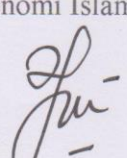
Mengetahui

Plt. Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam



Dr. Syarifuddin, S.Ag., M.Ag
NIP. 197005032001121002



Dr. Itsla Yunisva Aviva, M. Esy.
NIP. 198910102015032012

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudari Elly Lusiana

Palangka Raya, Januari 2022
Kepada
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN Palangka Raya
di-
Palangka Raya

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh.

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

Nama : **ELLY LUSIANA**
NIM : **1604120551**
Judul : **STRATEGI PEDAGANG BUNGA DALAM
MENETAPKAN HARGA MENURUT PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

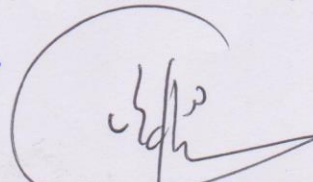
Wassalamu'alaikum Warrahmatullah Wabarrakatu.

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2



Ali Sadikin, M.SI
NIP. 197402011999031002



Fadiah Adlina M.Pd.I
NIP. 199101282018091322

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **STRATEGI PEDAGANG BUNGA DALAM MENETAPKAN HARGA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM** oleh Elly Lusiana NIM : 1604120551 telah di *munaqasyahkan* Tim *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Pada :

Hari :

Tanggal :

Palangka Raya, Maret 2022

Tim Penguji

1. M. NOOR SAYUTI, B.A.,M.E.
Ketua Sidang
2. JELITA, M.SI.
Penguji Utama/I
3. ALI SADIKIN, M.SI
Penguji II
4. FADIAH ADLINA, M.Pd.I.
Sekretaris Sidang

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Plt.Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. SYARIFUDDIN, S.Ag., M.Ag
NIP. 197005032001121002

STRATEGI PEDAGANG BUNGA DALAM MENETAPKAN HARGA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

ABSTRAK

Oleh ELLY LUSIANA

NIM: 1604120551

Harga merupakan konsep yang sangat penting dalam dunia bisnis, karena dengan adanya harga dapat menentukan laku tidaknya suatu barang. Penetapan harga tidak boleh bertentangan dengan ajaran Islam, karena Islam lebih mengutamakan kemaslahatan umat dalam setiap aktivitas duniawi dan hal ini juga berlaku juga bagi pedagang bunga di Yos Sudarso Ujung. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi para pedagang tanaman bunga dalam menetapkan harga bunga di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya dan mengetahui strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga tanaman bunga menurut perspektif ekonomi Islam di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Terdapat 5 subjek pedagang tanaman bunga dan 3 informan sebagai pembeli. Teknik pengabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber. kemudian dianalisis melalui tahapan *collection, reduction, display, dan conclusion drawing*.

Hasil dari penelitian menemukan bahwa strategi penetapan harga pada tanaman bunga yang dilakukan oleh pedagang di Yos Sudarso Ujung Kota Palangka Raya ini berbeda antara satu dengan pedagang lainnya atau tidak memiliki standar harga yang berpatokan terhadap harga tinggi maupun harga dasar. Karena harga tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung kota Palangka Raya telah ditetapkan melalui mekanisme harga atau berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran dari pembeli, tanpa ada campur tangan pemerintah didalamnya. Tugas pemerintah hanya mengawasi dan mengontrol jalannya mekanisme harga supaya tidak terjadi kezoliman atau salah satu pihak merasa dirugikan. Pedagang bunga menetapkan harga berdasarkan permintaan dan penawaran. Sehingga harga yang adil bagi Rasulullah yaitu harga yang berlaku dipasar benar-benar berasal dari kekuatan penawaran dan permintaan. Nilai-nilai dasar ekonomi Islam telah terpenuhi yang meliputi ketuhanan, kenabian, kejujuran, amanah, dan tanggung jawab.

Kata kunci: Strategi, penetapan harga, ekonomi Islam

STRATEGY OF FLOWER TRADERS IN SETTING PRICES ACCORDING TO ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE

ABSTRACT

By ELLY LUSIANA

NIM: 1604120551

Price is a very important concept in the business world, because with the price can determine the sale or absence of an item. Pricing should not be contrary to the teachings of Islam, because Islam prioritizes the benefit of the ummah in every worldly activity and this also applies to flower traders in Yos Sudarso Ujung. The purpose of this study is to find out the strategy of flower plant traders in setting flower prices in Yos Sudarso District of Jekan Raya Palangka Raya City and know the strategy of flower traders in setting the price of flower plants according to the Islamic economic perspective in Yos Sudarso Jekan Raya District of Palangka Raya City.

This research is a field study using a descriptive qualitative approach. The data collection techniques used by researchers are observation, interviews, and documentation. There are 5 subject florists and 3 informants as buyers. Its data-absorbing techniques use the triangulation of sources and methods. then analyzed through the collection, reduction, display, and conclusion drawing stages.

The results of the study found that the pricing strategy on flower plants carried out by traders in Yos Sudarso Ujung Palangka Raya City is different from each other traders or does not have a price standard based on high prices and base prices.. Because the price of flower plants in Yos Sudarso Ujung of Palangka Raya city has been determined through a price mechanism or based on the strength of demand and supply from buyers, without any government intervention in it. The government's job is only to supervise and control the course of the price mechanism so that there is no fraud or one of the parties feels aggrieved. Flower traders set prices based on demand and supply. So that the fair price for the Prophet is that the prevailing price in the market really comes from the power of supply and demand. The basic values of Islamic economics have been fulfilled which include divinity, prophethood, honesty, trust, and responsibility.

Keywords: Strategy, pricing, Islamic economics

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh

Segala puji bagi Allah Rabb semesta alam yang kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan. Shalawat serta salam kepada Nabi junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW Khatamun Nabiyyin, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Dengan rahmat dan hidayah dari Allah SWT kami diberikan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Pedagang Bunga Dalam Menetapkan Harga Menurut Perspektif Ekonomi Islam.”** Skripsi ini dikerjakan demi memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. terselesaikannya skripsi ini tak lepas dari bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag. selaku Rektor IAIN 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 Ali Sadikin, M. Si sebagai dosen pembimbing I peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi
4. Ibu Fadiah Adlina, M. Pd. I sebagai dosen pembimbing akademik sekaligus pembimbing II peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi.

Serta dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.

Ucapan terimakasih kepada kedua orang tua, berkat do'a serta motivasi yang tiada hentinya telah mereka berikan serta teman-teman mahasiswa ekonomi syariah, terutama ekonomi syariahA yang telah membantu peneliti selama penelitian. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya.

Wassalamua'alaikum Wr.Wb.

Palangka Raya, Januari 2022

Peneliti

ELLY LUSIANA
NIM. 1604120551

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elly Lusiana
NIM : 1604120551
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Strategi Pedagang Bunga Dalam Menetapkan Harga Menurut Perspektif Ekonomi Islam.**" adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti merupakan duplikat atau plagiat dari karya orang lain, maka saya siap menanggung resiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Januari 2022

Yang Membuat Pernyataan,



ELLY LUSIANA
NIM. 1604120551

MOTTO

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”. (QS. Al-Mulk:15)



PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Atas ridho Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan karya ini maka dengan segala kerendahan hati karya ini saya persembahkan kepada:

- *Teruntuk ayah saya Udin dan ibu saya Renti tercinta yang selalu memberikan doa restu dan pengorbanan segalanya demi tercapai cita-cita anaknya. Dengan harapan yang besar ayah dan ibu tak henti-hentinya memberikan dorongan baik moral maupun materi demi menghantarkan anaknya pada pintu kesuksesan. Semoga ayah dan ibu selalu diberikan kesehatan dan keselamatan dunia akhirat. Amin ya Allah.*
- *Untuk Suamiku tercinta Riyandi yang senantiasa memberikan perhatian, nasehatnya, serta yang telah memberikan motivasi untuk terus semangat dalam mengerjakan sesuatu.*
- *Untuk seluruh dosen dan staf akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Terima kasih untuk semua ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama ini.*
- *Teruntuk teman seperjuangan ESY A 16 yang telah memberikan banyak kenangan indah baik suka maupun duka selama menempuh pendidikan di IAIN Palangka Raya. Kita adalah sebuah keluarga yang terbentuk karena mimpi dan perjuangan. Semoga tali silaturahmi diantara kita semua selalu terjaga.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	,	koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	L	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	Em
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap

متعقدين	Ditulis	<i>muta'qqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</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 bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā</i>
---------------	---------	--------------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, atau dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul fiṭri</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>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</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>Qaulun</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan

Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
------	---------	----------------

أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	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. Penelitian kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penelitiannya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl As-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
NOTA DINAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR BAGAN	xviii
BAB IPENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Kajian Teoritik.....	15
1. Konsep Strategi Pemasaran.....	15
2. Strategi Penetapan Harga	20
3. Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam	24
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	29
5. Ekonomi Syariah.....	33
C. Kerangka Pikir.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	37

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	37
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
C. Objek dan Subjek Penelitian.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data	39
E. Pengabsahan Data.....	42
F. Analisis Data.....	44
G. Sismatika Penulisan.....	45
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	46
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	46
1. Kota Palangka Raya	46
2. Pedagang Bunga Yos Sudarso	48
B. Gambaran Subjek Penelitian	49
C. Penyajian Data.....	50
Strategi Pedagang Bunga Dalam Menetapkan Harga Bunga di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.....	51
D. Analisi Hasil Penelitian	69
1. Bagaimana strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga bunga di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.	69
2. Bagaimana strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga bunga menurut perspektif ekonomi Islam di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.....	76
BAB V PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.
PEDOMAN WAWANCARA.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2 Luas Wilayah Kota Palangka Raya.....	47
Tabel 3 Identitas Subjek Penelitian.....	50
Table 4 Identitas Informan Penelitian.....	50



DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Pikir	36
------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kewirausahaan telah menjadi penggerak utama dalam perekonomian global. Para pembuat kebijakan di seluruh dunia menyadari bahwa pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan terletak di tangan para wirausahawan. Orang-orang yang dinamis dan yang berkomitmen untuk meraih kesuksesan.¹ Menurut fakta sejarah, sejak ratusan lalu sebagian besar atau mayoritas masyarakat Indonesia hidup dari pertanian. Hanya mereka yang hidup di daerah pantai sering terlibat dengan perdagangan kecil-kecilan dan belum pernah memasuki tingkat perdagangan internasional dengan ukuran skala ekonomis menurut mereka bahwa pada zaman dahulu para pedagang Indonesia telah aktif berdagang rempah-rempah sampai Gujarat, Teluk Arab, Madagaskar. Namun, kalo dikaji secara teliti kegiatan perdagangan ini lebih mengarah pada kegiatan petualangan tanpa kesinambungan bisnis dalam ukuran dagang modern. secara alamiah dan arena tuntutan sejarah modern, penambahan penduduk, kemajuan komunikasi, dan teknologi menuntut kita untuk ikut aktif berusaha agar sejajar dengan penduduk negara lain. Kalau tidak, maka

¹Thomas W. Zimmerer, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Jakarta: Salemba Empat, 2009, h. 1

negara kita akan menjadi negara kelas dua, dan menjadi jajahan negara lain dalam arti ekonomis.²

Perdagangan atau pertukaran dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai proses transaksi yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Perdagangan seperti ini dapat mendatangkan keuntungan kepada kedua belah pihak, atau dengan kata lain perdagangan meningkatkan *utility* (kegunaan) bagi pihak-pihak yang terlibat.³ Beberapa alasan utama tentang pentingnya peran strategi manajemen bagi organisasi yaitu: memberi arahan jangka panjang yang akan dituju, membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi, membuat suatu organisasi menjadi aktif, mengidentifikasi keunggulan komperatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin berisiko, aktivitas yang tumpang tindih akan dikurangi, keterlibatan karyawan dalam perubahan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya, dan kegiatan perubahan strategi akan mempertinggi kemampuan organisasi tersebut untuk mencegah munculnya masalah di masa mendatang. Dengan manajemen strategi diharapkan strategi benar-benar dapat dikelola sehingga strategi dapat diimplementasikan untuk mewarnai dan mengintegrasikan semua keputusan dan tindakan dalam organisasi rincian.⁴

²Yuyus Suryana, *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed.2*, Jakarta: Kencana, 2011, h.38

³ Jusmaniali, dkk., *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, h. 1

⁴ Zuriani Ritonga, *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*, Deepublish, 2020, h.17.

Harga jual suatu produk merupakan salah satu faktor penting disamping faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam bisnis perusahaan dagang maupun perusahaan manufaktur. Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Untuk menentukan harga jual yang tepat, terlebih dahulu harus diketahui harga pokok produksi, karena harga pokok produksi merupakan dasar bagi pedagang untuk menentukan harga jual. Penetapan harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting pada suatu perusahaan, sebab dari harga pokok dapat dibuat analisa rencana dan kekuatan pemasaran, penentuan harga jual dan penentuan nilai persediaan.

Penetapan harga juga berbicara mengenai variasi produk. Jika produknya bervariasi tetapi ditetapkan dengan harga yang sama maka persepsi yang muncul adalah kesamaan kualitas sebagai cerminan variasi produk secara horisontal. Juga dapat dipakai untuk menjelaskan variasi produk secara vertikal dengan kualitas yang bertingkat. Keputusan penetapan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran, pasar sasarannya serta penentuan jenis barang. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap jenis barang dan penetapan harga akan mempengaruhi konsumen dalam permintaan produk. Harga rendah juga berlaku ketika pedagang hendak mempertahankan pasar atau menghadapi strategi harga dari pesaing yang sedang melakukan penetrasi pasar. Bisa juga terjadi, strategi demikian diambil oleh sebuah pedagang ritel yang besar yang berusaha

mencegah pesaing baru memasuki pasar.⁵ Salah satu contoh dari varian produk mengenai penetapan harga yakni tanaman bunga.

Tanaman bunga merupakan salah satu kelompok tanaman dalam hortikultura, hortikultura adalah ilmu yang mempelajari budidaya tanaman buah-buahan, sayuran, tanaman hias, dan tanaman obat-obatan. Fungsi tanaman bunga adalah sebagai penyejuk jiwa dan pelestarian lingkungan tanaman bunga mengeluarkan Oksigen (O₂) yang sangat diperlukan oleh manusia untuk bernafas. Disamping itu tanaman bunga menyerap karbon dioksida (CO₂) yang tidak diperlukan oleh makhluk hidup, termasuk manusia.⁶ Tanaman bunga ini tanaman yang bagus bila dijadikan dekorasi baik *interior* maupun *exterior*, tanaman bunga juga beragam jenisnya. Bentuk dari tanaman bunga juga beraneka ragam masing-masing memiliki nilai keindahannya sendiri untuk dikoleksi. jumlah tanaman bunga tidak dapat dihitung secara pasti karena banyak tanaman liar yang digolongkan sebagai tanaman hias. Perkembangan tanaman hias juga mengenal *trend*, di saat *trend* sedang berlangsung harga tanaman bunga menjadi sangat tinggi dan akan turun saat *trend* yang baru atau berikutnya berlangsung.⁷

Di kota Palangka Raya banyak macam-macam bunga atau tanaman hias yang dijual belikan oleh pedagang bunga muslim dan mempunyai strategi masing-masing dalam menetapkan harga bunga. Salah satu lokasinya bertempat pada Jalan Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan

⁵Sopiah, dkk., *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008, h. 146

⁶Widyastuti, *Teknologi Budidaya Tanaman Hias Agribisnis*. Yogyakarta: CV. Mine, 2018. h 23

⁷Deni Arif Nugroho, *Strategi Pemasaran Tanaman Hias di Dusun Bojong Desa Giyanti Kecamatan Candimulyo Kabupaten Magelang*, Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2012.

Raya Kota Palangka Raya yang dimulai tahun 2014, dan sekarang sudah mulai berkembang karena lokasinya yang cukup strategis yang rapi, bersih, terjangkau, dan efisien. Usaha dalam bidang pertanian seperti budidaya tanaman bunga mulai kembali diminati, karena seiring berkembangnya zaman masyarakat mulai berkeinginan memiliki lahan yang hijau, yang ditanami dengan berbagai jenis tanaman. Keindahan tanaman bunga ini seakan sudah menjadi daya tarik tersendiri. Jenis dan keindahannya selalu menjadi alasan tersendiri bagi masyarakat yang menggemari atau sekedar menjadikannya sebagai pelengkap keindahan di setiap sudut dan halaman rumah.

Berdasarkan observasi sementara peneliti menemukan bahwa Pada sekarang ini, telah banyak masalah yang dihadapi jual beli khususnya pada para pedagang bunga dalam menetapkan harga. Pada umumnya pedagang bunga berlomba-lomba menjual tanaman bunganya ke konsumen, harga tanaman bunga yang hampir tidak berubah dalam lima tahun terakhir ini mencirikan kerasnya persaingan industri tanaman bunga. Cara penting dalam berdagang adalah dengan menggunakan strategi. Strategi berfungsi sebagai alat perangsang dari luar yang dapat membangkitkan minat seseorang untuk membeli bunga. Pada praktik operasi pedagang tanaman bunga terdapat beberapa hal yang menarik perhatian peneliti, contoh salah satu strategi pedagang tanaman bunga adalah menjual tanaman yang sudah tertanam dalam pot. Dimana dalam menjual tanaman tersebut kita juga memperhitungkan adanya tambahan biaya produksi yaitu untuk pembelian

pot bunga, dan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli tanaman bunga yang sudah ditanam dalam pot yang dapat langsung dilihat keindahan tanaman tersebut. Selain itu, contoh lain strategi pedagang tanaman Bunga dimana penentuan harganya diambil berdasarkan keunikan daunnya, hanya berbeda sedikit saja tetapi selisih harganya sangat jauh dan uniknya peminatnya tetap banyak.⁸

Melihat permasalahan diatas, maka peneliti ingin mengadakan penelitian ilmiah yang berjudul tentang **“Strategi Pedagang Bunga Dalam Menetapkan Harga Menurut Perspektif Ekonomi Islam.”**

B. Batasan Masalah

Mengingat begitu luasnya materi maupun hal-hal yang berhubungan dengan rumusan masalah di atas, maka peneliti membatasi penelitian ini pada lokasi dan strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga menurut perspektif ekonomi Islam di Yos Sudarso ujung Kecamatan Jekan Raya Kota Palangkaraya. Mengenai hal lainnya yang tidak memiliki hubungan dengan hal-hal yang tercantum pada rumusan masalah diatas tidak peneliti uraikan pada penelitian ini.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang tertuang di atas, maka dapat ditarik suatu permasalahan yang nantinya akan menjadi obyek dalam pembahasan yang secara umum dapat dirumuskan masalah, sebagai berikut:

⁸ Observasi toko tanaman hias Jl. Yos Sudarso Kota Palangka Raya, 22 maret 2020

1. Bagaimana strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga bunga di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya?
2. Bagaimana strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga bunga menurut perspektif ekonomi Islam di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya?

D. Tujuan Penelitian

Penulisan skripsi ini, selain bertujuan untuk memenuhi salah satu tugas akhir lebih lanjut bertujuan untuk menambah wawasan tentang:

1. Untuk mengetahui strategi pedagang dalam menetapkan harga bunga di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.
2. Untuk mengetahui strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga bunga menurut perspektif ekonomi Islam di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu sebagai:

1. Kegunaan teoritis
 - a. Menambah wawasan bagi peneliti dalam mengetahui dan menerapkan ilmu pengetahuan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumbangan informasi dan pengetahuan bagi pihak-pihak yang melakukan transaksi seperti jual beli dalam strategi penetapan harga serta

pihak yang ingin mengadakan penelitian terhadap masalah yang sama.

2. Kegunaan praktis

- a. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
- b. Sebagai informasi bagi para pedagang tanaman bunga dalam strategi penetapan harga di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pendukung penelitian, peneliti melakukan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti. Pengkajian ini dimasukan guna menghindari adanya plagiat secara keseluruhan hasil karya orang lain. Sehingga dengan adanya penelaahan ini peneliti, dapat mengetahui persamaan dan perbedaan antara permasalahan yang akan diteliti dengan penelitian terdahulu. Peneliti pun menemukan beberapa penelitian yang berkaitan dengan judul penulis adalah sebagai berikut:

1. Penelitian skripsi terdahulu yang dilakukan oleh Sukarno Dewantoro (2015) yang berjudul “*Strategi Penetapan Harga Pada PT Madubarul Bantul*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, dan dokumentasi. Penelitiannya bertujuan untuk mengetahui strategi penetapan harga yang digunakan PT Madubaru Bantul. Adapun hasil dari penelitian ini adalah:
 - a. 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.

- b. PT Madubaru menggunakan strategi perbedaan harga karena perusahaan ingin harga terobosannya mempunyai *image* harga yang baik dimata konsumen sehingga nantinya penjualan dari tahun ke tahunnya makin meningkat.
- c. Segmentasi pasar gula pasir adalah masyarakat Yogyakarta dan Jawa Tengah untuk semua kalangan.⁹

Manfaat penelitian yang dilakukan oleh Sukarno Dewantoro ini tidak jauh berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, dimana fokus peneliti ini tentang strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga jual tanaman bunga terhadap konsumen di Yos Sudarso Kota Palangka Raya, sedangkan penelitian yang dilakukan Sukarno Dewantoro fokus pada strategi penetapan harga pada PT Madubaru Bantul.

2. Penelitian skripsi terdahulu yang dilakukan M. Ismail Ali Serunting (2017), dengan judul “*Strategi Penentuan Harga ATK CV. Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penetapan harga ATK CV. Putra Pelangi Berkah dan mempertimbangkan penetapan harga jual. 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

⁹Sukarno Dewantoro, *Strategi Penetapan harga pada PT Madubaru Bantul*, Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.

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 utama dari penetapan harga adalah adanya kestabilan harga di pasar guna menjaga kemaslahatan masyarakat.¹⁰

Manfaat penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rozi memiliki kaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti, dimana fokus penulis tentang strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga jual produknya terhadap konsumen di jalan Yos Sudarso Kota Palangka Raya, sedangkan penelitian yang dilakukan Ahmad Rozi fokus pada penentuan harga pokok produksi lele pada petani lele di Desa Tuntang.

3. Penelitian skripsi terdahulu yang dilakukan Astuti (2015), dengan judul "*Penetapan Harga Sayuran Oleh Pedagang Muslim Di Pasar Pelita Hilir Puruk Cahu*". Tipe penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penetapan harga sayuran oleh pedagang muslim di pasar Pelita Hilir Puruk Cahu. Teknik pengambilan sampel ini *purposive sampling*. Hasil Penelitian ini adalah menunjukkan faktor-faktor penetapan harga tinggi sayur mayur oleh pedagang muslim yang disebabkan ingin

¹⁰M. Ismail Ali Serunting, *Strategi Penetapan Harga ATK CV. Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017

mendapatkan keuntungan besar, permintaan dan tingginya harga pasaran. Namun, hal tersebut tidak sejalan dengan apa yang terjadi, harga yang mereka tetapkan sangat tinggi diluar pertimbangan biaya yang mereka keluarkan dan tidak diketahui oleh konsumen. hasil penelitian menunjukkan model penetapan harga dengan melihat indikator jenis varian harga dan cara penetapan harga pada penjualan sayur.¹¹

Manfaat penelitian yang dilakukan oleh Astuti memiliki hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti, dimana fokus peneliti tentang strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga jual produknya terhadap konsumen di jalan Yos Sudarso Kota Palangka Raya. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Astuti berfokus pada indikator jenis varian harga dan cara penetapan harga pada penjualan sayur yang dilakukan oleh pedagang muslim di Pasar Pelita Hilir Puruk Cahu.

4. Penelitian skripsi sebelumnya yang dilakukan oleh Imam Romansyah (2016) dengan judul “*Analisis penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*” (studi komparasi pada Yussy Akmal dan Shereen *Cake’s And Bread*). Penelitian ini menggunakan metode wawancara, dokumentasi, dan observasi. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan dalam

¹¹Astuti, *Penetapan Harga Sayuran Oleh Pedagang Muslim Di Pasar Pelita Hilir Puruk Cahu, Kabupaten Murung Raya, Skripsi*; Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2015.

perspektif ekonomi Islam. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Hasil penelitian yakni persaingan didunia industri makanan saat ini, sehingga perusahaan berlomba-lomba dalam persaingan yang sangat ketat ini yang bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan dengan cara menetapkan harga jual produk yang sebaik-baiknya. Penetapan harga terhadap volume penjualan dilihat dari konsep harga menurut ekonomi Islam. Karena harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran. Selera konsumen mempengaruhi suatu tingkat permintaan dan pada penawaran jika produk yang dihasilkan mengandung *masalah* pada konsumen maka akan berpengaruh pada tingkat produksi dan otomatis kan mempengaruhi tingkat keuntungan.¹²

Manfaat penelitian yang dilakukan oleh Imam Romansyah memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti, dimana fokus peneliti tentang strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga jual produknya terhadap konsumen di Yos Sudarso Ujung Kota Palangka Raya. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Iman Romansyah fokus pada analisis penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan dalam perspektif ekonomi Islam.

¹²Imam Romansyah, *Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2016.

Dari beberapa penelitian terdahulu di atas dapat peneliti buat sebuah tabel untuk melihat perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang penelitian lakukan sebagai berikut:

Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Pada Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Sukarno Dewantoro (2015), Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, skripsi yang berjudul " <i>Strategi Penetapan Harga Pada PT Madubarul Bantul</i> ".	Penelitian ini memfokuskan pada strategi penetapan harga.	Perbedaannya terdapat Objek dan lokasi penelitian.
2.	M. Ismail Ali Serunting (2017), Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, skripsi dengan judul " <i>Strategi Penentuan Harga ATK CV. Putra Pelangi Berkah Menurut Perspektif Ekonomi Islam</i> ".	Mengkaji tentang strategi penetapan Harga	Perbedaannya terdapat objek yang akan diteliti dan lokasi penelitian.
3.	Astuti (2015), Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya skripsi dengan judul " <i>Penetapan Harga Sayur Oleh Pedagang Muslim Di Pasar Pelita Hilir Puruk Cahu, Kabupaten Murung Raya</i> ".	Penelitian tentang penetapan harga dan metode datanya kualitatif deskriptif	Perbedaannya terdapat Objek dan lokasi penelitian.
4.	Imam Romansyah (2016), Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, dengan judul skripsi " <i>Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam</i> ".	Penelitian tentang penetapan harga dan metode datanya kualitatif deskriptif	Perbedaan dalam penelitian ini adalah usaha Kue dan Bakery

Sumber: dibuat oleh peneliti.

B. Kajian Teoritik

1. Konsep Strategi Pemasaran

a. Strategi Pemasaran

Strategi berasal dari *Strategia* yang berasal dari kata *stragos* yang berarti militer dan *ag* yang artinya memimpin. Istilah strategi selalu dikaitkan dengan arah, tujuan, dan kegiatan jangka panjang.¹³ Menurut Oxford edisi Learner sebagaimana yang dikutip oleh Endang Soetri, strategi adalah membuat perencanaan dari target, waktu, dan tujuan yang jelas untuk memenangkan kompetisi dalam artian dapat dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarah pada usaha pemasaran dari suatu perusahaan.¹⁴

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Dari pengertian ini dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Melalui menciptakan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki suatu pertukaran. Pemasaran juga dapat

¹³Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008, h. 3

¹⁴Endang Soetri, *Manajemen Strategi*, Jakarta: CV Pustaka Setia, 2014, h. 2

diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkannya itu dapat diterima dan disenangi oleh pasar.¹⁵

Menurut Sofjan Assauri, strategi pemasaran adalah pertukaran jangka panjang yang saling menguntungkan antara entitas perusahaan dengan publik yang terdiri dari perorangan dan organisasi yang saling berinteraksi.¹⁶

Adapun menurut Bygrave, strategi pemasaran adalah kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi, dan distribusi) dengan peluang pasar sasaran guna mencapai sasaran usaha. Dalam bahasa yang lebih sederhana, suatu strategi pemasaran pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dapat dicapai.¹⁷

Berdasarkan pengertian yang telah dikemukakan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan, rencana menyeluruh,terpadu,dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan perusahaan.

¹⁵Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, h. 14.

¹⁶ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, h. 32.

¹⁷Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Pers, 2005

b. Bauran pemasaran

Bauran pemasaran terdiri dari empat variabel yang disebut 4P yakni:

1) Produk

Mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat bagi produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dengan mengubah produk atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan yang lain yang memengaruhi bermacam-macam produk atau jasa. Produk berupa barang dapat dibeda-bedakan atau diklasifikasikan menurut macamnya. Mutu produk menunjukkan kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsinya, ciri produk merupakan sarana kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing, sedangkan desain dapat menyumbangkan kegunaan atau manfaat produk serta coraknya. Dengan demikian, produk barang tidak hanya memerhatikan penampilan, tetapi juga berupa produk yang simpel, aman, tidak mahal, sederhana, dan ekonomis dalam proses produksi dan distribusinya.

2) Harga

Sistem manajemen perusahaan akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan/pemasar dan harus menentukan strategi yang berkaitan dengan berbagai potongan harga, pembayaran biaya

pengangkutan (transportasi), serta berbagai variabel biaya lain yang terkait. Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Penetapan harga dan persaingan harga telah dinilai sebagai masalah utama yang dihadapi oleh perusahaan.

3) Tempat

Sebagian besar produsen menggunakan perantara pemasaran untuk memasarkan produk, khususnya barang dengan cara membangun suatu saluran distribusi, yaitu sekelompok organisasi yang saling tergantung dalam keterlibatan mereka dalam proses yang memungkinkan suatu produk tersedia bagi penggunaan industrial.

Beberapa cara yang dilakukan dalam distribusi, di antaranya:

- (a) Memilih dan mengelola saluran perdagangan yang dipakai menyalurkan produk atau jasa sehingga dapat mencapai pasar sasaran.
- (b) Mengembangkan sistem distribusi untuk pengiriman dan penanganan produk secara fisik.

4). Promosi

Pemasaran tidak hanya membicarakan produk, harga produk dan mendistribusikan produk, tetapi juga mengomunikasikan produk kepada masyarakat agar produk itu dikenal dan mereka bersedia membeli produk tersebut. Untuk mengomunikasikan produk perlu disusun suatu strategi yang sering disebut dengan strategi bauran promosi (promotion mix) yang terdiri atas empat komponen utama, yaitu periklanan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat (public relations), dan penjualan perseorangan (personal selling). Promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan, baik dengan iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, ataupun dengan publisitas.¹⁸

Dimana dari ke empat di atas memiliki hubungan dengan strategi pemasaran karena produk merupakan objek dalam pemasaran, jika sebuah produk terjual maka akan mendapatkan penghasilan sehingga perusahaan memperoleh keuntungan, kualitas produk harus diperhatikan dalam proses pemasaran, karena akan mempengaruhi minat konsumen, sehingga besar pengaruhnya di dalam pemasaran. Demikian dengan harga juga

¹⁸Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017, h. 38

sama pentingnya, dalam penetapan harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pasaran pada umumnya, karena akan membuat konsumen tidak tertarik menggunakan produk kita. Selanjutnya dalam penentuan tempat, tentukan tempat yang strategis untuk dilakukan pemasaran. Selain itu dalam promosi yang merupakan salah satu bentuk pengenalan produk kepada konsumen, agar jangkauan pemasaran meluas.

Pemasaran memfasilitasi proses pertukaran dan juga pengembangan hubungan dengan konsumen menggunakan cara yang cermat kebutuhan dan keinginan konsumen yang dilanjutkan dengan mengembangkan suatu produk.¹⁹

2. Strategi Penetapan Harga

Perusahaan tidak menetapkan tunggal, mereka menetapkan beberapa struktur penetapan harga yang mencakup produk dan jenis barang yang berbeda yang mencerminkan variasi dalam permintaan dan biaya geografis, variasi segmen pasar, penetapan waktu pembelian, dan faktor lainnya.²⁰ Beberapa strategi penyesuaian harga sebagai berikut:

a. Penetapan harga geografis

Penetapan harga geografis melibatkan perusahaan dalam pemutusan cara menetapkan harga produknya kepada pelanggan

¹⁹Sutarno, *Manajemen Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, h. 223.

²⁰Fatmawati, *Strategi Penetapan Harga*,... h. 24

dalam lokasi-lokasi yang berbeda. Apakah perusahaan harus menetapkan harga tinggi terhadap pelanggan yang jauh untuk menutupi biaya pengiriman yang lebih tinggi dengan resiko hilangnya usaha mereka, atau apakah perusahaan haruskah menetapkan harga yang sama bagi semua pelanggan dimanapun mereka berada.

b. Potongan harga dan potongan pembelian

Kebanyakan perusahaan akan memodifikasi harga dasar mereka untuk memberi hadiah kepada pelanggan atas pembayaran awal, volume pembelian, dan pembelian diluar musim. Penyesuaian harga ini disebut diskon dan potongan pembelian.

c. Penetapan harga promosi

Pada kondisi tertentu, perusahaan terkadang menetapkan harga produk mereka dibawah harga resmi dan mungkin di bawah biaya. Penetapan harga promosi meliputi beberapa bentuk, yaitu: penetapan harga kepemimpinan yang rugi, penetapan harga peristiwa khusus, perjanjian jaminan dan perbaikan.

d. Potongan harga diskriminasi

Perusahaan yang melakukan modifikasi harga mereka untuk menyesuaikan dengan perbedaan-perbedaan yang ada pada pelanggan, produk, lokasi dan seterusnya. Harga diskriminasi terjadi apabila suatu perusahaan menjual suatu produk atau jasa

pada dua atau lebih harga yang tidak mencerminkan promosi dan biaya. Penetapan harga diskriminasi mempunyai beberapa bentuk, yaitu: penetapan harga segmen pelanggan, penetapan harga citra, penetapan harga lokasi, dan berdasarkan etnis.

e. Memulai dan menanggapi perubahan harga

Setelah mengembangkan strategi dan struktur harga, perusahaan akan menghadapi situasi dimana mereka akan mengingatkan untuk menurunkan atau menaikkan harga.

f. Memulai penurunan harga

Beberapa situasi mungkin mengakibatkan perusahaan menurunkan harganya, meskipun mungkin menentang perang harga. Satu kondisi adalah kelebihan kapasitas. Disini perusahaan memerlukan usaha tambahan dan tidak dapat menimbulkan melalui peningkatan usaha penjualan, peningkatan produk, atau ukuran lainnya. Penurunan harga juga biasanya dipengaruhi oleh biaya, biaya tersebut yang akan memberikan pengaruh besar apakah menaikkan harga atau bahkan menurunkan harga.

Perusahaan juga akan melalui penurunan harga dalam usaha untuk menguasai pasar melalui penurunan harga. Perusahaan lain mulai dengan menurunkan harga lebih rendah daripada pesaing atau ia memulai penurunan harga dengan

harapan memperoleh pangsa pasar, yang akan membawa kepada penurunan biaya melalui volume yang lebih besar.²¹

g. Memulai peningkatan harga

Banyak perusahaan yang ingin menaikkan harga, walaupun mereka tahu bahwa peningkatan harga akan ditolak oleh konsumen, penyalur, dan tenaga penjual perusahaan sendiri. Meskipun demikian, peningkatan harga yang berhasil dapat meningkatkan keuntungan. Faktor lain yang mendorong peningkatan harga adalah kelebihan permintaan. Jika perusahaan tidak dapat menyuplai semua konsumennya, ia dapat menaikkan harga, atau mengatur alokasi kepada konsumen atau keduanya. Harga nyata dapat dinaikkan dengan beberapa cara, yang masing-masing akan membawa pengaruh yang berbeda kepada konsumen.

h. Reaksi konsumen terhadap perubahan harga

Konsumen tidak selalu mengambil interpretasi langsung terhadap perubahan harga. Reaksi konsumen terhadap perubahan harga juga bervariasi dengan persepsi mereka mengenai biaya produk dalam hubungannya dengan pengeluaran total mereka. Konsumen lebih sensitif terhadap harga yang banyak membebani mereka.²²

²¹*Ibid*, h. 32

²²*Ibid*, h.37

3. Penetapan Harga dalam Ekonomi Islam

a. Pengertian Harga

Harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki serta menggunakan produk atau jasa tersebut. Di masa lalu harga menjadi faktor yang paling penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Hal ini masih berlaku dalam negara-negara miskin, diantar orang miskin dan pada produk-produk komoditas.²³

Menurut Krismiaji dan Anni, yang dikutip oleh Andre Henry Slat menyatakan bahwa: Harga jual adalah upaya menyeimbangkan keinginan untuk memperoleh manfaat sebesar-besarnya dari perolehan pendapatan yang tinggi dan penurunan volume penjualan jika harga jual yang dibebankan konsumen terlalu mahal.²⁴

b. Penetapan harga

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika ia mengembangkan produk lamanya ke saluran distribusi baru atau ke daerah geograafis baru, dan ketika

²³Fatmawati,*Strategi Penetaoan Harga*,... h.19

²⁴Andre Henry Slat, *Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode Full Costing dan Penentuan Harga Jual*, Vol 1 No. 3 Juni 2013, h. 113

ia melakukan tender memasuki suatu tawaran kontrak kerja yang baru.²⁵

Pemutusan pemberian harga tidak akan mudah terutama dalam konteks pemasaran jasa. Harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan menjadi indikasi kualitas yang akan diterima oleh konsumen. adanya kepuasan dalam jasa yang menyesuaikan produk dan harga dengan jasa yang telah ditawarkan kepada konsumen, apabila terjadi kualitas atau harga yang tidak sesuai maka konsumen akan merasa tidak puas dengan apa yang telah ditawarkan dari perihal perusahaan.²⁶

c. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong yang diterjemahkan oleh Sabran ada empat indikator yang mencirikan harga, yaitu: Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan manfaat.²⁷

d. Penetapan harga dalam ekonomi Islam

Menurut ekonomi Islam, penetapan harga suatu komoditas berupa barang atau jasa yang hendak diperjual belikan tidak boleh menzalimi pemilik atau pemberi pelayanan jasa dan tanpa

²⁵Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012, h. 171.

²⁶Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: CV. Alfabeta, 2005, h. 169

²⁷Enos Korowa, *Pengaruh Perlengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)*, Jurnal, Administrasi Bisnis, Vol. 6 No. 3 Tahun 2018.

memberatkan pembeli atau pengguna jasa. Penetapan harga yang demikian dalam perspektif ekonomi Islam disebut sebagai *tas'ir*.²⁸

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-Quran surat Al-Baqarah ayat 275 dan surat An-Nisa ayat 29 yaitu:²⁹

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

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 (2) : 275).³⁰

²⁸ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, diterjemahkan dari buku aslinya berjudul “*Fiqhus Sunnah*” penerjemah Abu Syaqqina dan Abu Aulia Rahma, Jakarta:Tinta Abadi Gemilang, 2013, h. 81

²⁹ Iman Romansyah, *Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi Lampung: Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung,2016, h. 43-44.

³⁰ Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah, Jakarta Timur. CV Darus Sunnah, 2012, h. 47

Pada ayat ini orang-orang ini diperintahkan Allah SWT untuk memelihara dan berlandung dari siksa api neraka dengan berusaha mel kasanakan perintah-perintah dan larangan-larangan Allah untuk melaksanakan jual beli dan meninggalkan riba.³¹Sedangkan dalam Al-Quran An-Nisa ayat 29 adalah sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا 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 (4) :29)³²

Berdasarkan ayat diatas dapat dilihat bahwa jual beli jelas dihalalkan dalam Islam. Keterangan lain menyebutkan penjualan Islami baik yang bersifat baik barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih.

Ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna merupakan resultan dan kekuatan yang bersifat masal, yaitu merupakan fenomena alamiah. Pasar yang bersaing sempurna menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Oleh karena

³¹ Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, Bogor: GUEPEDIA, 2018, h. 16

³²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*,... h. 77

itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.³³

Konsep harga yang adil pada hakikatnya telah ada dan digunakan sejak awal kelahiran Islam. Al-Qur'an sangat menekankan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Oleh karena itu, wajar jika keadilan juga diwujudkan dalam aktivitas pasar, khususnya harga. Ibnu Taimiyah tampaknya merupakan orang yang pertama kali menaruh perhatian khusus terhadap permasalahan harga yang adil. Membahas persoalan yang berkaitan dengan harga, ia sering menggunakan dua istilah, yakni kompensasi yang setara (*'iwadh al-mitsl*) dan harga yang setara (*tsaman al-mitsl*).³⁴

Harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah adalah nilai harga yang dimana orang-orang yang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu. Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah berhubungan dengan prinsip *la dharar* yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain. Maka dengan berbuat adil akan mencegas terjadinya tindak kezaliman.³⁵

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

³³Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*,... h. 45

³⁴Boedi Abdullah, *Peradaban Pemikiran Ekonomi Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2010, h. 253

³⁵Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, h. 233

harus dilakukan pada harga yang adil sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum, harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.³⁶

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga

a. Teori Permintaan dan Penawaran

Harga ditentukan oleh pertemuan antara permintaan dan penawaran antara penjual dan pembeli setelah proses melakukan tawar-menawar harga yang terjadi itulah yang disebut keseimbangan. Dapat diartikan bahwa teori permintaan dan penawaran yaitu teori keseimbangan harga dimana ditentukan oleh kesepakatan antara penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atau dapat disebut juga dengan keseimbangan pasar (kecepatan yang dilakukan antara penjual pembeli dengan suka sama suka).³⁷

1) Teori permintaan (*demand*)

³⁶Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Jakarta, 2009, h. 332

³⁷Uswatun Hasanah, *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pentapan Harga Cabai Di Pasar Plaza Bandarjaya Lampung Tengah*, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2018, h. 37

Permintaan dapat dikatakan juga sebagai keinginan (*desire*) untuk mendapatkan barang dan jasa yang diikuti oleh kemampuan beli (*purchasing power*). Kemampuan beli seseorang erat kaitannya dengan tingkat pendapatan dan juga harga barang. Harga dan pendapatan (jumlah uang) akan mempengaruhi kemampuan beli dan keinginan untuk mendapatkan barang terealisasi.³⁸ Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan diantara jumlah permintaan dan harga. Faktor-faktor penentu permintaan adalah, sebagai berikut:

- a) Harga barang itu sendiri
- b) Harga barang lain yang mempunyai kaitan erat dengan barang tersebut
- c) Pendapatan rumah tangga dengan pendapatan rata-rata masyarakat
- d) Gerak distribusi pendapatan dalam masyarakat
- e) Cita rasa masyarakat
- f) Jumlah penduduk
- g) Ramalan mengenai keadaan dimasa yang akan datang.³⁹

Hal ini dirumuskan dalam hukum permintaan yang berbunyi: “semakin rendah harga suatu barang, makin banyak permintaan ke atas barang tersebut, sebaliknya makin tinggi

³⁸Lia Amaliawiati dan Asfia Murni, *Ekonomi Mikro*, Bandung: PT Refika Aditama, 2014, h. 37

³⁹Uswatun Hasanah, *Tinjauan Ekonomi Islam*,... h. 38

harga suatu barang, makin sedikit permintaan ke atas barang tersebut”.⁴⁰

Dari hukum permintaan tersebut dapat dipahami bahwa tinggi rendahnya harga menentukan permintaan suatu barang. Konsumen lebih tertarik pada suatu barang yang rendah harganya karena konsumen dapat membeli barang tersebut dalam jumlah yang banyak.

2) Teori Penawaran (*supply*)

Penawaran adalah banyaknya kesatuan barang yang akan dijual oleh penjual pada bermacam-macam tingkat harga dalam jangka waktu tertentu dan syarat tertentu.⁴¹ Jumlah yang dijual umumnya searah dengan harga barang:

- a) Makin tinggi harganya (dibanding dengan biaya produksi) makin banyak yang mau dijual
- b) Makin rendah harganya, makin sedikit jumlah yang mau dijual.

Ini dirumuskan dalam hukum penawaran, yaitu: “Makin tinggi harga suatu barang maka makin banyak barang tersebut yang akan ditawarkan oleh penjual. Sebaliknya semakin rendah harga suatu barang maka sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan oleh para penjual”.⁴²

⁴⁰ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, edisi ketiga, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013, h. 76

⁴¹ Lia Amaliawati dan Asfia Murni, *Ekonomi Mikro*,...h.46

⁴² *Ibid*, h.87

Teori penawaran berlaku untuk produsen. Dengan tingginya harga suatu barang, banyak produsen yang ingin menjual barang tersebut dengan tujuan agar mendapatkan keuntungan yang banyak sedangkan apabila harga suatu barang rendah, sedikit produsen yang ingin menjual barang tersebut karena mereka khawatir akan mengalami kerugian. Penawaran dapat ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya: harga barang itu sendiri, harga barang-barang klain, ongkos produksi, yaitu biaya untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan mentah, ujuan-tujuan dari perusahaan tersebut, dan tingkat teknologi yang digunakan.⁴³

b. Kebijakan Harga

Kebijakan harga merupakan kebijakan pemerintah guna menstabilkan harga yang terjadi di pasar yang sudah tak terkendali. Yang dapat mengakibatkan terganggunya kesejahteraan masyarakat.

Kebijakan harga dari pemerintah juga mempengaruhi harga selain permintaan dan penawaran. Kebijakan harga disini adalah kebijakan maksimum. Kebijakan harga maksimum dikeluarkan oleh pemerintah apabila pemerintah merasa bahwa harga yang ditetapkan oleh produsen terlalu tinggi dan menimbulkan implikasi yang buruk kepada kegiatan ekonomi secara keseluruhan

⁴³*Ibid*, h. 88

yang sangat mempengaruhi kesejahteraan masyarakat. Yang menjadi tujuan dari kebijakan harga maksimum yaitu “untuk mengendalikan harga pada tingkat yang lebih rendah dari pada harga keseimbangan dari pasar bebas”.⁴⁴

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan diberlakukannya kebijakan harga maksimum oleh pemerintah ada dampak positif dan dampak negatifnya. Dampak positifnya yaitu harga dapat menjadi jauh lebih rendah daripada harga yang dibentuk oleh produsen atau pasar sehingga konsumen dapat menjangkaunya. Sedangkan dampak negatifnya yaitu akan terjadinya harga pasar gelap dimana akan terjadi kesenjangan antara harga pasar gelap dengan harga maksimum.

5. Ekonomi Syariah

Ekonomi Syariah dalam Bahasa Arab sering diistilahkan dengan *al-istishad al-islami*. Kata *al-istishad* secara Bahasa berarti *al-qashadu* yaitu pertengahan dan keadilan. Kata *al-istishad* didefinisikan dengan pengetahuan tentang aturan yang berkaitan dengan produksi kekayaan, mendistribusikan dan mengkonsumsinya. Ekonomi syariah yang merupakan bagian dari sistem perekonomian syariah, memiliki karakteristik dan nilai-nilai yang berfokus kepada *amr ma'ruf nahi mungkar* yang berarti mengerjakan yang benar dan meninggalkan yang

⁴⁴Uswatun Hasanah, *Tinjauan Ekonomi Islam*,.. h. 42

dilarang.⁴⁵ Nilai-nilai dasar ekonomi syariah, yaitu kejujuran, transparansi dan kepercayaan, ketuhanan, kenabian, serta pertanggungjawaban. Nilai-nilai ini selanjutnya akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Ketuhanan, konsep ketuhanan dalam ekonomi Islam secara sederhana dapat digambarkan bahwa tujuan Allah SWT menciptakan manusia di bumi ini adalah untuk beribadah kepada-Nya. Seperti shalat, puasa, zakat, haji, dan sebagainya maupun aktivitas keseharian yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhannya seperti berdagang, bertani, dan sebagainya dengan niat beribadah kepada Allah.
2. Kenabian, ada beberapa model perilaku ekonomi yang dicontohkan oleh Nabi misalnya cara menjual barang yang benar, melakukan gadai, berserikat dalam bisnis, dan sebagainya juga pandangan Nabi tentang harta kekayaan.
3. Kejujuran, merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan umat manusia, termasuk dalam bidang ekonomi. Dengan aktivitas ekonomi yang dilandasi dengan kejujuran, manusia akan saling mempercayai dan terhindar dari penipuan. Manusia akan merasa tenang dan tentram dalam kehidupannya tanpa rasa was-was disebabkan kekhawatiran hak-haknya diambil orang lain.

⁴⁵ Moh. Mufid, *Kaidah Fiqih Ekonomi Syariah*, Makasar: Ebookuid, 2017, h. 22

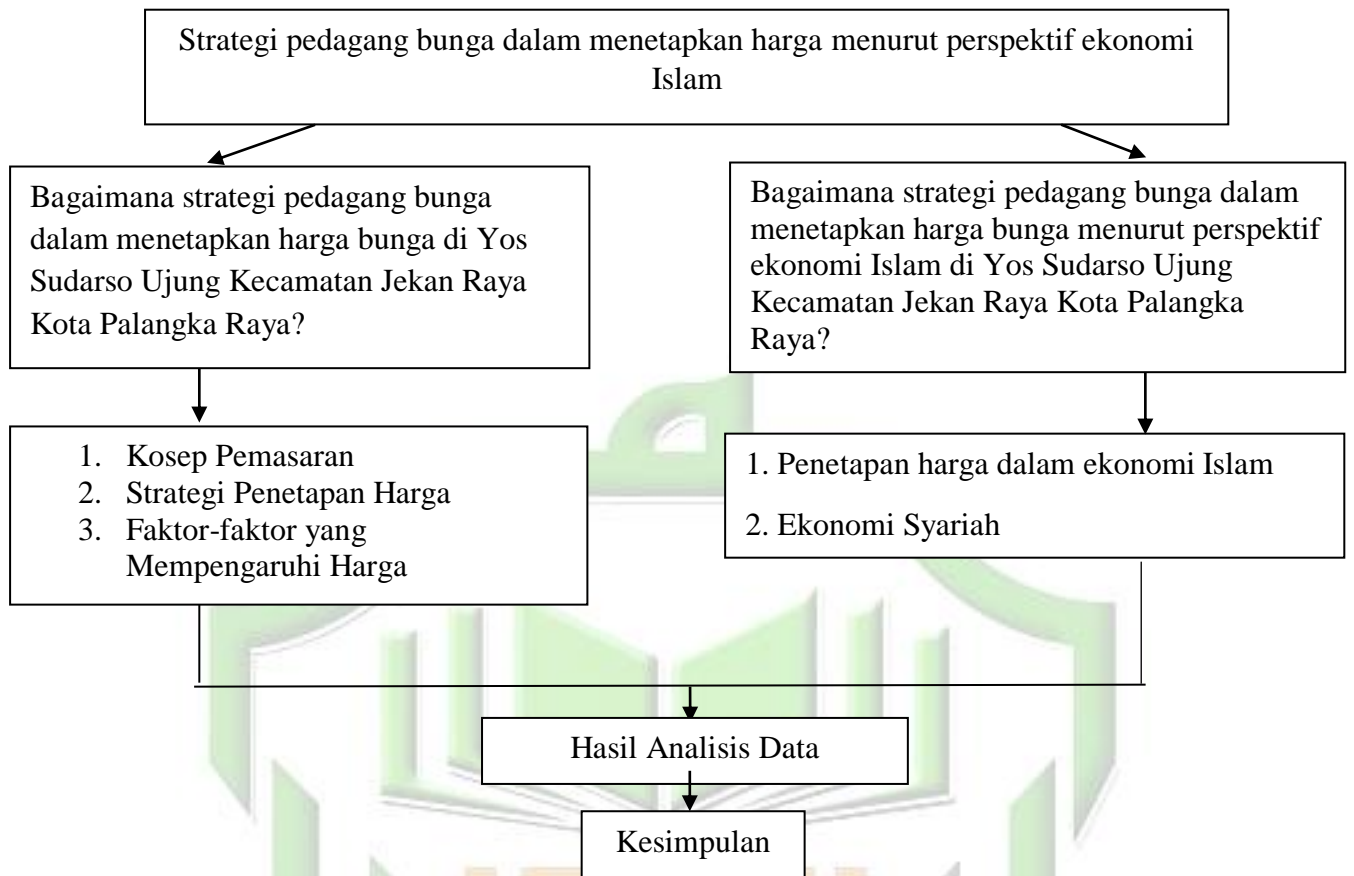
4. Amanah, merupakan hal yang sangat dianjurkan dalam aktivitas ekonomi. Kejujuran dan Amanah memiliki hubungan yang sangat erat karena orang yang selalu jujur pastilah Amanah (terpercaya).
5. Pertanggungjawaban, segala aktivitas ekonomi hendaklah dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Tanggung jawab muncul karena manusia adalah mahluk mukalaf, yaitu mahluk yang diberi beban hukun berbeda dengan mahluk lainnya seperti binatang dan tumbuh-tumbuhan.⁴⁶

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir penelitian adalah untuk menjelaskan, mengungkapkan dan menunjukkan keterkaitan antara subjek yang akan diteliti dan berkaitan dengan berlandaskan pada kajian teori.

Kerangka pikir pada penelitian ini berusaha menyajikan poin terpenting yang dapat menggambarkan keseluruhan penelitian ini, yakni mengenai strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Raya kota Palangka Raya.

⁴⁶ Idris, Hadis Ekonomi (Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi), Jakarta: Kencana, 2008, h. 10

Bagan 2.1 Kerangka Pikir

Sumber: Dikembangkan untuk peneliti

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yakni peneliti melakukan pengamatan dan menganalisis secara langsung data yang diperoleh dari lapangan yang sesuai dengan bentuk aslinya, sehingga fakta yang sesungguhnya dapat diperoleh.⁴⁷

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama bulan Maret sampai Oktober tahun 2021 setelah proposal ini diseminarkan dan setelah mendapatkan izin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Waktu yang digunakan ini adalah untuk menggali data dan informasi dari subjek yang berada di lokasi penelitian yang kemudian disajikan ke dalam sebuah skripsi dan dilanjutkan proses pembimbingan.

2. Tempat Penelitian

Berkaitan lokasi yang ingin dijadikan sebagai tempat penelitian. Maka dalam hal ini peneliti akan melakukan penelitian dipedagang bunga Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya. Alasan peneliti memilih tempat penelitian tersebut, karena merupakan

⁴⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda karya, 2013, h. 6.

pusat lokasi pedagang bunga yang membudidayakan dan menjual tanaman bunga. Lokasinya mudah dijangkau oleh peneliti sehingga memudahkan pengumpulan data, dan waktu yang cukup banyak untuk melakukan penelitian.

C. Objek dan Subjek Penelitian

Objek adalah isu, problem, atau permasalahan yang dibahas dikaji, diteliti dalam penelitian. Objek yang dimaksud dalam peneliti ini adalah strategi pedagang bunga dalam penetapan harga menurut perspektif ekonomi Islam di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.

Subjek penelitian yaitu pedagang bunga, dan pembeli bunga yang berada di kota Palangka Raya. Jumlah para pedagang bunga itu sendiri ada 81 pedagang yang terdaftar di Unit Pelaksana Teknis Pasar Kahayan. Untuk memilih subjek, peneliti menggunakan *purposive sampling*. Menurut Nasution bahwa *purposive sampling*, yaitu mengambil sebagian yang terpilih menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu.⁴⁸ Dengan begitu, maka peneliti menentukan sebanyak lima pedagang bunga yang sesuai berdasarkan kriteria pada subjek penelitian. Peneliti dapat memilih responden untuk dijadikan informasi utama dalam penelitian lapangan. Adapun Ciri-ciri spesifik yang ditentukan peneliti untuk menentukan subjek dan informan, sebagai berikut:

⁴⁸ Nasution, *Metedologi Research (Penelitian Ilmiah)*, Bandung: Bumi Aksara, 2014, h. 98

1. Bersedia diwawancara
2. Pedagang beragama Islam
3. Pedagang Bunga yang telah menjalankan usaha lebih dari delapan tahun.
4. Pedagang bunga yang telah memiliki izin usaha.

Berdasarkan ciri-ciri di atas, dari 81 pedagang tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Kota Palangkaraya, yang terdaftar di Unit Pelaksana Teknis Pasar Kahayan. Didapat 5 pedagang tanaman bunga sebagai subjek penelitian yang memenuhi kriteria penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ada beberapa teknik yaitu:

1. Observasi

Menurut Subagyo, observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikologis untuk kemudian dilakukan pencatatan.⁴⁹Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan yaitu: pertama, *participant observation* (observasi berperan serta) peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Kedua observasi nonpartisipan peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen. Ketiga, observasi terstruktur adalah observasi yang telah

⁴⁹Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004 h, 63.

dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, di mana tempatnya. Keempat, observasi tidak terstruktur adalah observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi.⁵⁰

Melalui tahap observasi ini peneliti akan melakukan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mengetahui aktivitas kegiatan Pedagang bunga di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.

2. Wawancara

Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mewawancarai secara langsung kepada sumber informasi untuk memperoleh data yang diperlukan berdasarkan pedoman wawancara yang membantu peneliti agar tetap fokus pada topik yang diteliti, untuk mengumpulkan data yang akurat dan keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara pewawancara dan yang diwawancarai.⁵¹

Teknik wawancara dalam penelitian pendekatan kualitatif dibagi menjadi tiga kategori, yaitu sebagai berikut:

⁵⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta, 2007, h.138-140.

⁵¹ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT

- a. Wawancara terstruktur (*Structured Interview*) peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh.
- b. Wawancara semiterstruktur (*Semiterstructured Interview*) menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.
- c. Wawancara tak berstruktur (*Unstructured Interview*) wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.⁵²

Ditinjau dari penelitian pelaksanaannya maka penulis menggunakan wawancara semiterstruktur, karena pada penelitian ini pertanyaan yang diajukan tergantung pewawancara itu sendiri. Sehingga, dalam proses wawancara akan ditemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-ide yang mendukung untuk hasil penelitian ini. Melalui teknik ini penulis berkomunikasi langsung dengan narasumber yakni pedagang tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung Kota Palangka Raya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang yang berupa catatan, buku, surat kabar,

⁵² Febti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017, h. 83

majalah, dan sebagainya. Studi dokumen merupakan perlengkapan dari penggunaan metode observasi dan interview dalam penelitian kualitatif. Penggunaan metode dokumentasi ini untuk memperkuat dan mendukung informasi-informasi yang didapatkan dari hasil observasi dan interview.⁵³

Melalui teknik ini peneliti berupaya untuk mencari data dan hasil sumber tertulis, melalui dokumen atau apa saja seperti data jumlah pedagang yang ada di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya. sehingga dapat melengkapi data yang diperoleh dilapangan.

E. Pengabsahan Data

Pengabsahan data digunakan untuk menjamin bahwa semua data yang telah diamati dan diteliti relevan dengan yang sesungguhnya, agar penelitian ini menjadi sempurna. Untuk pengabsahan data penulis menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah untuk memeriksa keabsahan data memanfaatkan sesuatu diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data yang diperoleh. Ada empat triangulasi sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi ini membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda dalam metode kualitatif.

⁵³M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002, h.87.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi ini menuji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

3. Triangulasi Penyidik

Triangulasi ini dengan jalan memanfaatkan penelitian atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data.

Contohnya membandingkan hasil pekerjaan seseorang analisis dengan analisis lainnya.

4. Triangulasi Teori

Triangulasi ini berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaan dengan satu atau lebih teori tetapi hal itu dapat dilakukan, dalam hal ini dinamakan penjelasan banding. Triangulasi teori ini memanfaatkan dua teori atau lebih untuk diadu dan dipadu.⁵⁴

Untuk memperoleh tingkat pengabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber, yakni membandingkan sumber data yang satu dengan sumber data yang lainnya. Triangulasi sumber yaitu perbandingan atau pengecekan balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh

⁵⁴Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung PT. Remaja Rosdakarya, 2005, h.330.

melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.⁵⁵ Hal tersebut dapat tercapai melalui jalan:

1. Membandingkan hasil data pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

F. Analisis Data

Analisis data diperlukan beberapa tahapan, seperti yang diungkapkan Bungin dalam bukunya Analisis Data Penelitian Kualitatif, yakni:

1. Koleksi data adalah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilihan.
2. Data *Reduction*, yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, memilah-milahnya ke dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.
3. Penyajian data (*data display*) adalah sebagai upaya menampilkan, memaparkan atau menyajikan data. Dalam bentuk gambar, grafik, bagan, tabel dan semacamnya

⁵⁵*Ibid*, h, 331.

4. *Conclusion drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data display sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyinggung.⁵⁶

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi 5 bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan, pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka, di dalam bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, kajian teoritik, dan kerangka pikir.

Bab III Metode Penelitian, di dalam bab ini berisikan waktu dan tempat penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data, analisis data, dan sistematika penulisan.

Bab IV Penyajian dan Analisi Data, pada bab ini membahas gambaran umum lokasi penelitian, gambaran subjek penelitian, penyajian data, dan analisis hasil penelitian.

Bab V Penutupan yang berisi kesimpulan dari penelitian dan saran bagi pihak tertentu yang terkait.

⁵⁶Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003, h. 69-70.

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Kota Palangka Raya

Sejarah pembentukan Pemerintahan Kota Palangka Raya merupakan bagian integral dari pembentukan Provinsi Kalimantan Tengah berdasarkan Undang-Undang Darurat Nomor 10 Tahun 1957, lembaran Negara Nomor 53 berikut penjelasannya (Tambahan Lembaran Negara Nomor 1284) berlaku mulai tanggal 23 Mei 1957, yang selanjutnya disebut Undang-Undang Pembentukan Daerah Swatantra Provinsi Kalimantan Tengah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1958, Parlemen Republik Indonesia tanggal 11 Mei 1959 mengesahkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 1959, yang menetapkan pembagian Provinsi Kalimantan Tengah dalam 5 (lima) Kabupaten dan Palangka Raya sebagai Ibukotanya.⁵⁷

Palangka Raya Kota Cantik begitulah sebutan untuk Ibu kota Provinsi Kalimantan Tengah ini. Kota Palangka Raya adalah salah satu kota di Indonesia yang sengaja dibangun dengan membuka hutan belantara melalui Desa Pahandut di tepi Sungai Kahayan, Provinsi Kalimantan Tengah. Luas wilayah Kota Palangka Raya adalah seluas 2.853,12 km². Posisinya yang strategis, yakni tepat berada di tengah tengah wilayah Indonesia sempat memunculkan wacana untuk

⁵⁷ Pemerintah Kota Palangka Raya, *Selayang Pandang Kota Palangka Raya Tahun 2006*, Palangka Raya: t.p, 2006, h,9

memindahkan ibu kota atau pusat pemerintahan Indonesia dari Jakarta ke Palangka Raya.

Kota Palangka Raya juga berada di tengah-tengah Provinsi Kalimantan Tengah. Secara geografis, Palangka Raya terletak pada $113^{\circ}30'$ - $114^{\circ}07'$ Bujur Timur dan $1^{\circ}35'$ - $2^{\circ}24'$ Lintang Selatan. Secara administrasi kota Palangka Raya berbatasan dengan:

Sebelah Utara : Kabupaten Gunung Mas

Sebelah Timur : Kabupaten Pulang Pisau

Sebelah Selatan : Kabupaten Pulang Pisau

Sebelah Barat : Kabupaten Katingan.

Luas Palangka Raya $2.853,52 \text{ Km}^2$ terbagi dalam lima kecamatan dengan Kecamatan Rakumpit sebagai kecamatan terluas dengan luas $1.101,95 \text{ km}^2$. Populasi penduduk Kalimantan Tengah menurut data *BPS* tahun 2019 Kalimantan Tengah 2.660.209 jiwa dengan jumlah Laki-laki 1.391.078 jiwa dan perempuan 1.269.131 jiwa. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat sebagaimana tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Palangka Raya.

No.	Kecamatan	Luas	%
1.	Pahandut	$119,41 \text{ Km}^2$	4,18
2.	Sebangau	$641,47 \text{ Km}^2$	22,48
3.	Jekan Raya	$387,53 \text{ Km}^2$	13,58
4.	Bukit Batu	$603,16 \text{ Km}^2$	21,14
5.	Rakumpit	$1.101,95 \text{ Km}^2$	38,62
Palangka Raya		$2.853,52 \text{ Km}^2$	100.0

Dari aspek budaya dan kesukuan, populasi penduduk bersuku *Dayak* mendominasi berjumlah 46,62%, dari keseluruhan jumlah penduduk Kalimantan Tengah. Berikutnya berturut-turut populasi berdasarkan suku yaitu Jawa (21,67%), Banjar (21,03%), Melayu (3,96%), Madura (1,93%), Sunda (1,29%), Bugis (0,77%), Batak (0,56%), *Flores* (0,38%), Bali (0,33%), lain-lain (1,44%). Dari jumlah tersebut, agama mayoritas adalah Islam (73,82%), kemudian Kristen (19,87%), Protestan (16,75%), Katolik (3,12%), Hindu/Kaharingan (6,15%), Buddha (0,11%), Konghucu (0,01%), lainnya (0,04%). Suhu udara di Kota Palangka Raya selama tahun 2018 berkisar antara 22,7 °C sampai dengan 33,4 °C. Jumlah hari hujan yang terjadi sebanyak 176 hari dalam setahun, lebih sedikit bila dibandingkan dengan tahun 2017 (186 hari). Rata-rata curah hujan pertahun 233,08 mm dan kelembaban udara rata-rata 80,58 persen.⁵⁸

2. Pedagang Bunga Yos Sudarso

Sejarah singkat pedagang bunga di jalan Yos Sudarso, terbentuk atas dasar persatuan dua kelompok usaha penjual bunga, yaitu dari penjual bunga di wilayah Garuda dan Lambung Mangkurat. Dua kelompok tersebut disatukan oleh pemerintah sesuai dengan peraturan pemerintah daerah kota Palangka Raya menjadi satu tempat untuk menjual bunga dan mengembangkan usaha pertanian tanaman bunga.

Pedagang bunga di Yos Sudarso ini sudah berdiri sejak tahun 2014 hingga sekarang. Jumlah para pedagang bunga itu sendiri ada 81 pedagang

⁵⁸ Tim Penyusun, *Statistik Daerah Kota Palangka Raya 2019*, Palangka Raya: Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, 2019, h.1.

yang terdaftar di Unit Pelaksana Teknis Pasar Kahayan. terbentuknya suatu kelompok usaha penjual bunga tersebut agar semua penjual bunga menjadi satu kesatuan yang kuat dan tidak terpecah belah, juga menjadi wadah atau tempat untuk menunjang serta mendukung proses pembangunan perekonomian masyarakat petani bunga.

B. Gambaran Subjek Penelitian

Setelah dilakukannya observasi, maka peneliti menemukan sebanyak 5 (lima) pedagang bunga yang berjualan di jalan Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya yang sesuai berdasarkan kriteria pada subjek penelitian. Diantaranya ialah Ketua Pengurus Pedagang tanaman bunga, beragama Islam, dan pedagang bunga yang sudah menjalankan usahanya lebih dari delapan tahun. Berdasarkan kriteria subjek penelitian yang telah disebutkan, maka alasan peneliti memilih lima pedagang bunga dan ketua pengurus pedagang bunga Jl. Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya karena adanya kesesuaian dengan topik dalam penelitian yakni ingin mengetahui secara mendalam bagaimana strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga menurut perspektif ekonomi Islam di jalan Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.

Tabel 4.2**Subjek Penelitian**

No	Nama	Pekerjaan
1	Popsi Yanto	Ketua kelompok Pedagang Bunga
2	Insyiah	Pedagang Bunga
3	Umi Halimah	Pedagang Bunga
4	Ajang	Pedagang Bunga
5	Dicky Wahyudi	Pedagang Bunga

Sumber: Diolah peneliti tahun 2021

Tabel 4.3**Informan Penelitian**

No	Nama	Pekerjaan
1	Kusuma Sholeh	Pembeli
2	Rabiatul	Pembeli
3	Isna Wati	pembeli

Sumber: Diolah peneliti tahun 2021

C. Penyajian Data

Penyajian data merupakan salah satu kegiatan dalam pembuatan laporan hasil penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Data diperoleh dalam wawancara dimana narasumber masih ada yang menggunakan bahasa Indonesia yang tidak sempurna dalam artian narasumber masih mencampurkan dengan bahasa daerah mereka. Oleh karena itu, peneliti menambahkan kembali penyajian data wawancara dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baik untuk memudahkan

dalam membaca dan memahami penyajian data penelitian tanpa menghasilkan redaksi asli dari wawancara tersebut.

Berikut ini akan peneliti paparkan hasil wawancara yang telah dilakukan sesuai dengan rumusan masalah penelitian, yakni:

Strategi Pedagang Bunga Dalam Menetapkan Harga Bunga di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.

Berdasarkan pada rumusan masalah dalam penelitian ini tentang strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga bunga, dalam melakukan wawancara peneliti menanyakan berdasarkan format pedoman yang telah ditentukan, selanjutnya oleh pihak yang diwawancara bahasa yang mereka gunakan dalam menjawab pertanyaan penelitian antara lain dengan bahasa Indonesia juga dicampur dengan bahasa lokal. Untuk penyajian hasil penelitian, peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan bahasa Indonesia sepenuhnya, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah penjelasan yang disampaikan oleh subjek penelitian.

Berikut ini peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan subjek penelitian, yang mana subjek dalam penelitian ini adalah pedagang Bungan yang berjumlah 5 orang. Adapun peneliti mengambil 5 subjek dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yakni peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil berdasarkan syarat-syarat tertentu. Lebih jelasnya berikut ini akan peneliti paparkan hasil wawancara yang telah dilakukan, yakni sebagai berikut:

Subjek 1

Nama : PS
Jenis Kelamin : Laki-laki
Profesi : Ketua pengurus pedagang bunga
sekaligus pedagang bunga

Saat wawancara, peneliti menanyakan beberapa pertanyaan yang kemudian dijawab oleh responden. Adapun pertanyaan dan jawaban yang ditujukan kepada responden dalam wawancara adalah sebagai berikut: pertanyaan peneliti, Peneliti menanyakan alasan mengapa memilih berdagang bunga, sudah berapa lama berjualan bunga, strategi menetapkan harga bunga yang akan dijual. Jawaban yang diberikan oleh PS ialah:

“Kalo saya sih memilih berdagang bunga ini karna saya juga emang sudah lama berjualan bunga, sekitar dari tahun 2003, untuk pindah ke Yos Sudarso sini sekitar tahun 2016an, dan cara menentukan harga itu sebenarnya kan dari pemasok atau pengecer itu kebanyakan menanam sendiri jadi untuk harga sih tidak ada patokan. Kecuali, untuk barang yang langka biasa itu mahal soalnya kan jumlahnya sedikit belum banyak yang jual juga. Jadi, untuk harga jualnya diliat dari *size* atau ukurannya tinggi pendeknya, juga perawatan dari tanaman itu”.⁵⁹

Maksud dari penuturan PS, bahwa alasan beliau memilih berdagang bunga karena memang sudah memiliki pengalaman yang lama dibidang berjualan tanaman bunga dari tahun 2003 hingga sekarang. Strategi PS dalam menetapkan harga jual tanaman bunga itu sendiri tidak ada patokan. Kecuali, tanaman langka karna jumlah nya

⁵⁹Wawancara dengan responden PS, 26 Febuari 2021 pada pukul 10.00wib

yang sedikit juga dari perawatan maka di ukur dari besar kecilnya tanaman itu sendiri.

Peneliti mewawancarai subjek 1 kembali dengan pertanyaan apakah harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang diminta, apakah ada perbedaan harga antara pelanggan lama dengan pelanggan baru, dan apakah harga yang ditentukan menyesuaikan dengan daya saing terhadap pedagang lain.

“Kalau menurut kami pedagang ini sih untuk harga dengan kualitas tanaman bunga ini ya sudah sesuai aja sih mbak, Kan enggak mungkin kami menjual kualitas jelek tapi dengan harga yang mahal, ya pokoknya kami sesuaikan aja. Tidak ada perbedaan lah kalau itu kami pukul rata aja untuk harga. Untuk saingan harga tentu ada aja, tapi paling beda Rp.1000 sampe Rp.5000, tetap kami sesuai aja sih”.⁶⁰

Maksud penuturan dari subjek 1 bahwa harga dan kualitas tanaman bunga yang dijual sudah sesuai. Subjek 1 tidak membedakan harga antara pelanggan lama dengan pelanggan baru. Dan mengenai harga yang ditetapkan subjek menyesuaikan daya saing antar pedagang lain.

Selanjutnya peneliti menanyakan kembali apakah posisi atau lokasi pedagang tanaman bunga ini sudah cukup strategis, bagaimana cara menentukan harga bunga agar mudah dijangkau oleh pembeli. Dan apakah mahal atau murahnya harga ada dipengaruhi oleh peraturan Pemerintah. Jawaban yang diberikan oleh PS ialah:

⁶⁰ Wawancara dengan responden PS, 26 Febuari 2021 pada pukul 10.00wib

“Untuk tempat sekarang ini cukup strategis sudah daripada dengan yang sebelumnya, Terus cara kami menjual supaya pembeli ini ngak merasa kemahalan biasanya kalo pembelian banyak kami kasih diskon atau kurangan harga gitu. Misal pembelian diatas 2 atau lebih kami kurangi Rp.5.000 sampe Rp.10.000. dan harga tidak ada hubungannya dengan peraturan pemerintah kami mengaturnya sendiri”⁶¹

Maksud penuturuan dari PS, tempat ataupun posisi pedagang tanaman bunga yang sekarang menurutnya sudah cukup strategis. cara PS menentukan harga bunga agar mudah dijangkau oleh pembeli yakni dengan memberikan potongan harga bila pembelian tanaman bunga lebih banyak. Dan untuk mahal murahnya harga tanaman bunga tidak dipengaruhi oleh peraturan pemerintah.

Subjek 2

Nama : I
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Profesi : Pedagang Bunga

Hasil wawancara yang diperoleh dari I yang berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti berdasarkan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

Peneliti menanyakan alasan mengapa memilih berdagang bunga, sudah berapa lama berjualan bunga, strategi menetapkan harga bunga yang akan dijual. Jawaban yang diberikan oleh I ialah:

⁶¹Wawancara dengan responden PS, 26 Febuari 2021 pada pukul 10.00wib

“Alasan berdagang bunga ya kalo ini kan dari kecil memang bapaknya bertani bunga, terus sekarang meneruskan bertani bunga dari orang tuanya jadi lama lah sudah, kalo untuk pindah berdagang bunga ke sini yaa sekitar tiga atau empat tahun yang lalu lah mba dari daerah Garuda sana. Dan cara kami untuk menentukan harga dari kami sendiri tergantung dari pemasoknya juga jenis dari tanaman bungunya mbak, misal kami ambil berapa terus biaya pengirimannya berapa kan masing-masing atau jenis nya kan enggak sama terus kita tambahkan, terus nantikan keliatan hasilnya berapa. Dari situ biasanya kami tau harus berapa jualnya ke pembeli. Misal sama jenis tapi beda ukurannya ya kami tentukan harga nya juga berbeda kaya ada yang Rp.40.000 atau Rp.35.000”.⁶²

Maksud dari penuturan I, bahwa alasan beliau memilih berdagang bunga adalah meneruskan usaha bertani tanaman hias dari orang tua beliau. Dan cara I menentukan harga tanaman bunga yakni dengan melihat dari harga yang ditentukan pemasok, biaya pengiriman, juga perawatan. Lalu semua di jumlahkan, dari jumlah itu biasanya I bisa mengetahui harga jual tanaman bunganya dan melihat besar kecilnya tanaman itu.

⁶²Wawancara dengan responden I, 26 Febuari 2021 pada pukul 10.30wib



Di atas ini merupakan gambaran cara subjek I menetapkan harga yakni salah satunya dengan menempelkan keterangan harga bunga per satu pot tanaman yang dijualnya. Contohnya seperti tanaman bunga jaya kusuma putih, dibandrol dengan harga Rp. 350.000.- per pot dengan ukuran tanaman bunga yang cukup sedang.

Peneliti mewawancarai subjek 2 kembali dengan pertanyaan apakah harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang diminta, apakah ada perbedaan harga antara pelanggan lama dengan pelanggan baru, dan apakah harga yang ditentukan menyesuaikan dengan daya saing terhadap pedagang lain.

“Makanya itu mba kami hitung harga perawatan, dari situkan jadi keliatan tanaman itu bagus enggak nya. Makanya pasti saya sesuaikan harga itu dengan kualitas dari tanaman. Gak ada perbedaan harga mbak buat pelanggan baru atau lama, kami samakan aja. Daya saing harga ya pasti kalo penyesuaian

gitu sih ada dengan pedagang lain itu mbak kalau bedapun paling cuman Rp. 1000 sampe Rp. 2000 aja”.⁶³

Maksud penuturan dari subjek 2 bahwa harga dan kualitas tanaman bunga yang dijual pedagang sudah sesuai. Subjek 2 juga tidak ada membedakan harga antara pelanggan baru dengan pelanggan lama. Dan mengenai harga yang ditetapkan oleh subjek 2 menyesuaikan dengan daya saing antar pedagang bunga lain.

Selanjutnya peneliti menanyakan kembali apakah posisi atau lokasi pedagang tanaman bunga ini sudah cukup strategis, bagaimana cara menentukan harga bunga agar mudah dijangkau oleh pembeli. Dan apakah mahal atau murahnya harga ada dipengaruhi oleh peraturan Pemerintah. Jawaban yang diberikan oleh I ialah:

“Iya sudah strategis. terus saya juga liat dari minat pembeli, misal pembelian nya banyak pasti kami kasih diskon gitu, jadi sebelum harga satuannya sekian turun jadi sekian. Jadi lebih terjangkau juga dengan pembeli. dan enggak ada ya kalo peraturan pemerintah yang mengatur tentang harga itu dari kami aja masing-masing”⁶⁴

Maksud penuturan I, bahwa lokasi yang ditematinya sekarang sudah cukup strategis. Agar harga yang ditentukan oleh I ini mudah dijangkau oleh pembeli maka I memberikan diskon jika pembelian tanaman bunga membeli dengan jumlah yang banyak. Dan tidak ada peraturan pemerintah yang mengatur tentang mahal atau murahnya harga dari tanaman bunga.

⁶³ Wawancara dengan responden I, 26 Febuari 2021 pada pukul 10.30wib

⁶⁴ Wawancara dengan responden I, 26 Febuari 2021 pada pukul 10.30wib

Subjek 3

Nama : UH

Jenis Kelamin : Perempuan

Profesi : Pedagang Bunga

Hasil wawancara yang diperoleh dari UH yang berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti berdasarkan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

Peneliti menanyakan alasan mengapa memilih berdagang bunga, sudah berapa lama berjualan bunga, strategi menetapkan harga bunga yang akan dijual. Jawaban yang diberikan oleh UH ialah:

“Alasan memilih berdagang bunga ya sebenarnya keturunan, bapak saya dulu itu hobi tanam bunga terus jualan bunga, terus anak-anaknya akhirnya ikut jualan bunga. Sebelumnya itu di jalan Garuda sana ada 6 tahun berjualan terus di sini sudah sekitar 4 tahun, pokoknya saya sudah berjualan bunga ini ada 10 tahunan lebih. Cara menetapkan harga biasanya tergantung modalnya, ya kalo modalnya kecil untungnya juga kecil, tapi kalo modalnya besar biasanya 1/3 dari modal. Soalnya kadang resiko mati iya, terus perawatan itu dihitung juga, kelihatan memang agak tinggi soalnya kan bukan barang mati, perlu media dan pupuk kan ya untuk perawatannya”.⁶⁵

Maksud dari penuturan UH, bahwa alasan beliau memilih berdagang tanaman bunga karena faktor keturunan yang mengikuti jejak orang tua sebelumnya yang memiliki hobi menanam bunga sambil berjualan tanaman bunga. UH sudah menjalankan Usaha

⁶⁵Wawancara dengan responden UH, 27 Februari 2021 pada pukul 14.30wib

berjualan tanaman bunga selama 11 tahun. Dan Strategi UH dalam menetapkan harga tanaman bunga dengan melihat besar kecilnya modal awal yang dikeluarkan, melihat resiko, media, dan perawatan.

Peneliti mewawancarai subjek 3 dengan pertanyaan apakah harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang diminta, apakah ada perbedaan harga antara pelanggan lama dengan pelanggan baru, dan apakah harga yang ditentukan menyesuaikan dengan daya saing terhadap pedagang lain.

“Kualitas dan harga sudah saya tetapkan sendiri, cuman kan barang kita lebih segar langsung, kalau barang dari yang jauh seperti dari jawa sana kan harus kaya kita karantina dulu soalnya itu barang hidup bukan barang mati. Perbedaan harga antara pelanggan lama dengan pelanggan baru itu enggak ada, kita bedakan itu dari pas dia banyaknya beli tanaman aja dapat diskonlah. Untuk harga itu menyesuaikan daya saing dengan pedagang bunga lain ada, tapi kita juga pasti liat dari kualitas dan besar tanaman yang saya jual”.⁶⁶

Maksud dari penututan subjek 3 bahwa harga dan kualitas tanaman bunga yang jual sudah sesuai. Subjek 3 tidak membedakan harga antara pelanggan lama dengan pelanggan baru. Dan mengenai harga yang ditetapkan subjek 3 menyesuaikan daya saing antar pedagang lain.

Selanjutnya peneliti menanyakan kembali apakah posisi atau lokasi pedagang tanaman bunga ini sudah cukup strategis, bagaimana cara menentukan harga bunga agar mudah dijangkau oleh pembeli.

⁶⁶ Wawancara dengan responden UH, 27 Febuari 2021 pada pukul 14.30wib

Dan apakah mahal atau murah nya harga ada dipengaruhi oleh peraturan Pemerintah. Jawaban yang diberikan oleh UH ialah:

“Kalau menurut saya ini sudah strategis. Menentukan harga bunga agar mudah dijangkau pembeli sih biasanya kalo pembeliannya di atas Rp.200.000 di kasih bonus atau potongan gitu sih, cuman kalo masih pembelian di bawah Rp.100.000 biasanya enggak di kasih. Dan untuk harga itu tidak ada sih campur tangan pemerintah yang mengatur mahal murah nya harga itu ya dari kami aja”.⁶⁷

Maksud penuturan UH, menurutnya lokasi pedagang bunga sudah strategis. UH menentukan harga tanaman bunga agar mudah terjangkau pembeli biasanya dengan memberikan potongan atau bonus jika pembelian di atas Rp.200.000, jika masih dibawah Rp.100.000 maka tidak mendapatkan potongan atau bonus. dan untuk mahal murah nya harga tidak ada dipengaruhi oleh peraturan pemerintah.

Subjek 4

Nama : A
 Jenis kelamin : Laki-laki
 Profesi : Pedagang Bunga

Hasil wawancara yang diperoleh dari A yang berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti berdasarkan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

⁶⁷Wawancara dengan responden UH, 27 Febuari 2021 pada pukul 14.30wib

Peneliti menanyakan alasan mengapa memilih berdagang bunga, sudah berapa lama berjualan bunga, strategi menetapkan harga bunga yang akan dijual. Jawaban yang diberikan oleh A ialah:

“Alasan kami memilih berdagang bunga ya senang aja awal dari hobi, berjualan tanaman bunga ini sudah sekitar 9 tahunan. Menetapkan harga jualan bunga ini melihat pembelian dari pemasok sekian kami jual juga sekian masing-masing sudah ada harganya dari pemasok biasanya.”⁶⁸

Maksud penuturan A, bahwa alasan beliau memilih berdagang bunga ini berawal dari hobi hingga akhirnya menjual tanaman bunganya. A menjalankan usaha tanaman bunga ini sudah 9 tahun. Dan cara A menetapkan harga jual tanaman bunga berpatokan dari harga jual pemasok.

Peneliti mewawancarai subjek 3 kembali dengan pertanyaan apakah harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang diminta, apakah ada perbedaan harga antara pelanggan lama dengan pelanggan baru, dan apakah harga yang ditentukan menyesuaikan dengan daya saing terhadap pedagang lain.

“Untuk kualitas tanaman bunga dengan harga sudah sesuai aja menurut saya. Enggak ada perbedaan harga. Saya menyesuaikan mbak”.⁶⁹

Maksud dari penuturan subjek 4 bahwa harga dan kualitas tanaman bunga yang jual sudah sesuai. Subjek 4 tidak membedakan harga antara pelanggan lama dengan pelanggan baru. Dan mengenai

⁶⁸Wawancara dengan responden A, 27 Febuari 2021 pada pukul 15.10wib

⁶⁹ Wawancara dengan responden A, 27 Febuari 2021 pada pukul 15.10wib

harga yang ditetapkan subjek 4 menyesuaikan daya saing antar pedagang lain.

Selanjutnya peneliti menanyakan kembali apakah posisi atau lokasi pedagang tanaman bunga ini sudah cukup strategis, bagaimana cara menentukan harga bunga agar mudah dijangkau oleh pembeli. Dan apakah mahal atau murahnya harga ada dipengaruhi oleh peraturan Pemerintah. Jawaban yang diberikan oleh A ialah:

“Sudah strategis. Menentukan harga jual tanaman bunga agar mudah dijangkau ini susah susah gampang jadi biasanya kalo pelanggan lama ini biasa ngerti kenapa harga bunga itu bisa mahal atau murah tetap kami berikan bonus atau pengurangan harga, nah kalo untuk pelanggan baru ini biasanya gak ada tapi tergantung pembeliannya misal Rp.1.000.000 kami kasih potongan Rp.100.000. dan enggak ada”.⁷⁰

Maksud penuturan A. bahwa lokasi pedagang bunga sekarang sudah cukup strategis. cara A menentukan harga jual tanaman bunga agar mudah dijangkau oleh pembeli dilihat dari pelanggan lama dan pelanggan baru. Untuk pelanggan lama tetap mendapatkan potongan sedangkan untuk pelanggan baru akan mendapatkan potongan jika pembelian tanaman bunga dengan jumlah yang banyak atau dengan harga yang tinggi. Dan mahal atau murahnya harga tidak ada dipengaruhi oleh peraturan pemerintah.

⁷⁰Wawancara dengan responden A, 27 Februari 2021 pada pukul 15.10wib

Subjek 5

Nama : DW

Jenis kelamin : Laki-laki

Profesi : Pedagang Bunga

Hasil wawancara yang diperoleh dari DW yang berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti berdasarkan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

Peneliti menanyakan alasan mengapa memilih berdagang bunga, sudah berapa lama berjualan bunga, strategi menetapkan harga bunga yang akan dijual. Jawaban yang diberikan oleh DW ialah:

“Karna kalo di Palangka raya ini menurut masyarakat sinikan bunga itu kebutuhan juga banyak yang memiliki hobi dengan bunga supaya rumah mereka keliatan cantik jadikan bagus. Sudah berapa lamanya jualan bunga ini 8 tahun lebih. Kalo penetapan harga itu penjual disinikan pemasok bibit banyaknya kan dari jawa atau Banjar paling dinaikan 10 sampe 15 ribu dari harga modal jadi yaa sama aja sih kaya penjual lain untuk harga bunga”.⁷¹

Maksud penuturan DW, bahwa alasan beliau memilih berdagang tanaman bunga ini melihat minat masyarakat Palangka Raya yang menganggap bunga bukan sekedar hobi tapi juga kebutuhan untuk mempercantik ruangan atau halaman rumah. DW menjalankan usaha tanaman bunga selama 8 tahun lebih. Dan cara DW menetapkan harga jual tanaman bunga nya yakni dengan

⁷¹Wawancara dengan responden DW, 27 Febuari 2021 pada pukul 15.30wib

menyamakan harga jual dengan pedagang lainnya dengan cara menaikkan Rp. 10.000 sampe Rp. 15.000 dari harga modal.

Peneliti mewawancarai subjek 5 dengan pertanyaan apakah harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang diminta, apakah ada perbedaan harga antara pelanggan lama dengan pelanggan baru, dan apakah harga yang ditentukan menyesuaikan dengan daya saing terhadap pedagang lain.

“Kalau menurut saya harga sama kualitas ini sudah sesuai, ya karena pembeli pun cukup mengerti gitu bagaimana proses perawatan kalo harganya mahal dikit. Untuk perbedaan harga tidak ada sama aja semua tergantung banyaknya si pembeli aja beli tanaman. Kalo kami ngikut aja menyesuaikan pedagang lain gitu”.⁷²

Maksud dari penuturan subjek 5 bahwa harga dan kualitas tanaman bunga yang jual sudah sesuai. Subjek 5 tidak membedakan harga antara pelanggan lama dengan pelanggan baru. Dan mengenai harga yang ditetapkan subjek 5 menyesuaikan daya saing antar pedagang lain.

Selanjutnya peneliti menanyakan kembali apakah posisi atau lokasi pedagang tanaman bunga ini sudah cukup strategis, bagaimana cara menentukan harga bunga agar mudah dijangkau oleh pembeli. Dan apakah mahal atau murah nya harga ada dipengaruhi oleh peraturan Pemerintah. Jawaban yang diberikan oleh DW ialah:

⁷² Wawancara dengan responden DW, 27 Febuari 2021 pada pukul 15.30wib

“Kalau menurut saya sudah strategi aja, karena masih masuk di dalam kota. Cara menentukan harga supaya mudah dijangkau oleh pembeli ini biasanya kalo konsumen beli bunganya buat dijual lagi bisa dikurangi harga kalo untuk pelanggan tetap masih sama tidak ada pengurangan. Dan enggak ada campur tangan pemerintah”.⁷³

Maksud penuturan DW, lokasi atau posisi pedagang sudah cukup strategis. Cara menentukan harga agar mudah dijangkau oleh pembeli biasanya DW memberikan potongan harga kepada pembeli yang hendak menjual kembali tanaman bunga. Namun, untuk pembeli biasa tidak diberikan potongan harga. Dan mahal atau murahnya harga tidak ada dipengaruhi oleh peraturan pemerintah.

Untuk meyakinkan hasil wawancara peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, berarti membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Berikut ini peneliti menyajikan data hasil wawancara yang kedua dengan subjek penelitian yaitu 3 orang informan, yang mana subjek keduanya adalah para pembeli tanaman bunga. Adapun peneliti mengambil 3 orang informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yakni peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil berdasarkan syarat-syarat tertentu.

⁷³Wawancara dengan responden DW, 27 Febuari 2021 pada pukul 15.30wib

Lebih jelasnya berikut ini akan peneliti paparkan hasil wawancara yang telah dilakukan, yakni sebagai berikut:

Informan 1

Nama : KS
Jenis kelamin : Perempuan
Profesi : Pembeli bunga

Peneliti menanyakan apakah benar harga dan kualitas tanaman bunga yang ditawarkan sudah sesuai, dan harga yang ditentukan penjual sudah terjangkau menurut pembeli? Berikut penuturan KS.

“Karena saya masih kurang mengerti dengan bunga, biasanya saya menanyakan dulu kira-kira tanaman bunga yang nyaman dirawat itu jenis apa. Terus nanti diberitaukan sama mereka penjualnya jenis ini tanaman ini cara perawatannya. Alhamdulillah nya bagus-bagus aja sih tanamannya yang ditawarkan, terjangkau juga untuk tanaman ukuran segini dengan harganya. Ya menurut saya udah sesuai aja sih dengan kualitas yang mereka tawarkan, kaya saya beli tiga pot bunga ini, syukurnya dapat aja potongan walaupun ngak banyak”.⁷⁴

Maksud penuturan dari KS, bahwa harga dan kualitas tanaman bunga yang ditawarkan pedagang tanaman bunga kepada pembeli sudah sesuai, begitupun dengan harga jual yang ditentukan sudah terjangkau menurutnya. Karena dengan memberikan potongan harga kepada pembelinya.

⁷⁴ Wawancara dengan responden KS, 28 Febuari 2021 pada pukul 15.00wib

Informan 2

Nama : R
Jenis kelamin : Perempuan
Profesi : Pembeli bunga

Peneliti menanyakan apakah benar harga dan kualitas tanaman bunga yang ditawarkan sudah sesuai, dan harga yang ditentukan penjual sudah terjangkau menurut pembeli? Berikut penuturan R.

“Menurut saya ya, sesuai aja kualitas bunga ini dengan harga segitu. Nah kalo untuk terjangkau apa enggakya, menurut saya tergantung masing-masing orang, saya itu melihat dari jenis bunganya dulu. Kalau tanaman bunga itu langka perawatannya atau perkawinan silang antar bunga susah prosesnya juga lama, terus dijual dengan harga tinggi ya sesuai aja masih terjangkau aja sih menurut saya. Apalagi kaya saya yang hobi dengan tanaman bunga ini bukan cuman liat bunga itu cantik juga indah yaa. Tapi, kami banyak liat kemanfaat dari bunga itu kaya menetralsisir udara asap rokok gitu atau bisa juga untuk obat herbal”⁷⁵

Maksud penuturan dari informan R, bahwa harga dan kualitas tanaman yang diberikan oleh penjual itu sudah sesuai. Dan untuk terjangkau tidak nya harga dari tanaman bunga menurut R tergantung dari masing-masing orang menanggapinya. Namun, menurut R harga yang ditawarkan penjual ke pembeli itu sudah cukup terjangkau.

⁷⁵Wawancara dengan Informan R, 28 Febuari 2021 pada pukul 15.25wib

Informan 3

Nama : IW
Jenis kelamin : Perempuan
Profesi : Pembeli Bunga

Peneliti menanyakan apakah benar harga dan kualitas tanaman bunga yang ditawarkan sudah sesuai, dan harga yang ditentukan penjual sudah terjangkau menurut pembeli? Berikut penuturan IW.

“Harga dan kualitas tanaman bunga yang ditawarkan sudah sesuai saja menurut saya, lagian kita juga tinggal pintar-pintar aja lagi merawat tanaman itu, kan tanaman itu dijual sudah dengan medianya kaya pot bunga, tanah yang subur, pupuk lengkap sudah. Untuk harga itu terjangkau banget, asal kira-kira mahal gimana kita bisa menawar harga aja lagi supaya dapat diskon, sudah sesuai juga rata-rata dengan apa yang kita mau”.⁷⁶

Maksud dari IW, bahwa harga dan kualitas tanaman bungan yang ditawarkan penjual ke pembeli itu sudah sesuai dengan yang diinginkannya. Begitupun, dengan harga yang menurut IW tanaman dengan harga jual sudah cukup terjangkau.

Kesimpulan pernyataan dari semua subjek bahwa strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga jual tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya ini berbeda antara satu dengan lainnya atau tidak berpatokan terhadap harga tinggi maupun harga dasar. Karena penetapan harganya berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran pembeli, tanpa ada campur tangan pemerintah didalamnya.

⁷⁶ Wawancara dengan Informan IW, 28 Febuari 2021 pada pukul 15.45wib

D. Analisa Hasil Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan menganalisis hasil penelitian dengan cara membahas dan mengkaji sesuai dengan dua rumusan masalah yakni pertama Bagaimana strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga bunga di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya, dan kedua Bagaimana strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga bunga menurut perspektif ekonomi Islam di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya, yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga bunga di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.

Berdasarkan hasil penyajian data yang diperoleh oleh peneliti dengan menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menjawab masalah yang diajukan pada rumusan masalah pertama, dengan melihat kembali pada hasil wawancara yang dilakukan kepada pedagang tanaman bunga sebagai subjek utama dan konsumen sebagai informan tambahan dalam penelitian ini. Strategi menetapkan harga dalam transaksi jual beli sangat berperan penting untuk menentukan berapa keuntungan dari hasil penjualan yang ingin kita ambil agar tidak rugi.

Pemutusan pemberian harga tidak akan mudah terutama dalam konteks pemasaran produk. Harga yang dibebankan terhadap produk yang ditawarkan menjadi indikasi kualitas yang akan diterima oleh konsumen. adanya kepuasan dalam jasa yang menyesuaikan produk dan harga dengan jasa yang telah ditawarkan kepada konsumen, apabila terjadi kualitas atau

harga yang tidak sesuai maka konsumen akan merasa tidak puas dengan apa yang telah ditawarkan. Dalam menetapkan harga pedagang juga memperhitungkan biaya-biaya dasar dalam membeli tanaman bunga kepada *supplier* atau *sales* yang menjual tanaman bunga berasal dari berbagai macam daerah, seperti pembelian bibit, media tanam, atau perlengkapan perawatan tanaman bunga.

Sistem tawar menawar harga tanaman bunga antara penjual dan pembeli dilakukan pada saat sebelum terjadinya akad atau kesepakatan antara kedua belah pihak. Kesepakatan harga juga dilakukan dengan keadaan rela sama rela tanpa memberatkan salah satu pihak. Ketika pembeli menawar dengan harga di bawah standar yang ditetapkan, penjual tidak dapat memberikan tanaman bunga yang diinginkan, kecuali pembeli tersebut membeli tanaman dengan jumlah banyak, yang mana biasanya akan mendapatkan potongan harga.

Dari hasil penelitian dapat diketahui Strategi penetapan harga tanaman bunga yang dilakukan pedagang di Yos Sudarso Ujung kota Palangka Raya ini berbeda antara satu dengan lainnya atau tidak memiliki standar harga yang berpatokan terhadap harga tinggi maupun harga dasar. Karena harga tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung kota Palangka Raya telah ditetapkan melalui mekanisme harga atau berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran dari pembeli, tanpa ada campur tangan pemerintah didalamnya. Dalam penyajian, peneliti akan mendeskripsikan

atau menggambarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, hal ini bisa membantu keabsahan data yang disajikan.

a. Penetapan harga Geografis

Suatu praktik menyesuaikan harga jual barang berdasarkan lokasi pembeli. Strategi penetapan harga geografis selalu tergantung pada penjual barang untuk menentukan bagaimana pedagang akan memberi harga dan berdasarkan hasil keputusan itu hasilnya akan bervariasi.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap penetapan harga geografis yang dilakukan pedagang tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya, missal seperti yang dilakukan oleh salah satu subjek yakni UH. Dimana UH untuk bibit tanaman bunga nya diambil dari daerah pulau Jawa, dikarenakan jenis tanaman yang tidak ada yang diinginkan serta harga yang cukup terjangkau. Maka dari itu, UH akan memperhitungkan biaya pengiriman, media tanamn yang digunakan, dan biaya perawatan yang dikeluarkan hingga bibit tanman siap untuk dijual pada pelanggan. Peneliti pun menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan harga tanaman bunga yang di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Raya Kota Palngka Raya dengan tanaman yang ada diluar pulau Kalimantan seperti Jawa.

b. Potongan harga dan potongan pembelian

Potongan harga yakni potongan yang ditetapkan sebelumnya oleh pihak pedagang dengan menyatakan bahwa barang yang dijual akan

dikenakan potongan harga. Sedangkan untuk potongan pembelian sendiri tidak bisa diprediksi karena akan diketahui saat transaksi jual beli berlangsung, dan biasanya muncul saat terjadinya tawar menawar harga.

Berdasarkan hasil observasi melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya, bahwa subjek tidak melakukan potongan harga penjualan kepada pelanggan. Namun, mereka melakukan potongan harga pembelian. Salah satunya seperti pernyataan dari subjek I, dimana akan memberikan potongan pembelian bila ada pelanggan yang melakukan pembelian tanaman bunga dengan jumlah yang lebih banyak.

c. Penetapan harga promosi

Pada kondisi tertentu, pedagang terkadang menetapkan harga produk mereka di bawah harga standar dan mungkin di bawah biaya. Penetapan harga ini mendorong penjualan pada periode-periode khusus, selain untuk mempercepat perputaran dalam persediaan, serta tujuan menarik lebih banyak minat pembeli terhadap produk yang dijual.

Berdasarkan pernyataan dari kelima subjek penelitian bahwa penetapan harga promosi tidak ada dilakukan oleh pedagang tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.

d. Potongan harga diskriminasi

Kebijakan pedagang membebaskan harga jual yang berbeda untuk setiap pelanggan. Pedagang menetapkan harga sedemikian rupa sehingga dua pembeli bersaing membayar dua harga yang berbeda untuk produk yang sama. Berdasarkan hasil observasi melalui wawancara dengan subjek penelitian bahwa potongan harga diskriminasi pada strategi penetapan harga tanaman bunga yang dilakukan oleh pedagang di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya. Seperti pernyataan salah satu subjek A, bahwa tidak ada membedakan harga jual antara pelanggan baru dengan pelanggan lama.

e. Memulai dan menanggapi perubahan harga

Berdasarkan pernyataan subjek yang ditemukan peneliti saat observasi melalui wawancara sejalan dengan pernyataan informan, memulai dan menanggapi perubahan harga merupakan hal wajar bagi setiap pedagang. Bahwasannya perubahan produk dengan harga yang berbeda adalah hal yang sering mereka lakukan. Supaya dengan adanya produk baru akan memberikan kesan tertarik atau dapat mempengaruhi pembeli. Contohnya seperti terjadi tawar menawar harga antara pedagang dan pembeli mengenai tanaman bunga jenis baru yang ada di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.

f. Memulai penurunan harga

Beberapa situasi mungkin mengakibatkan pedagang menurunkan harga jual terhadap tanaman bunga. Meskipun mungkin menentang perang harga, salah satu kondisi seperti kelebihan kapasitas barang dagangan. Berdasarkan pernyataan subjek pedagang tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung Kota Palangka Raya bahwa mereka untuk penurunan harga tidak dilakukan, karena pedagang mempunyai target dalam keuntungan. Hal tersebut dilakukan agar tidak mengalami kerugian dan mencapai target yang telah mereka rencanakan. Dibuktikan dengan pernyataan salah satu subjek pedagang tanaman bunga yakni I, dimana subjek I hanya memberikan potongan pembelian saat konsumen membeli tanaman bunga dengan jumlah yang banyak, bukan menurunkan harga jual tanaman dari harga biaya.

g. Memulai peningkatan harga

Peningkatan harga yang berhasil dapat meningkatkan keuntungan yang cukup besar. Salah satu faktor yang mendorong pedagang meningkatkan harga adalah kelebihan permintaan dari konsumen. Seperti meningkatkan harga dengan memperbaiki kualitas barang dagangan, maka dengan cara ini pedagang dapat mempertahankan harga.

Berdasarkan observasi dan wawancara terhadap lima subjek pedagang tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya serta informan, bahwa pedagang tanaman

bunga melakukan peningkatan harga dengan cara meningkatkan kualitas produk jual mereka. Seperti pernyataan salah satu subjek, yakni DW. Dimana subjek DW menyatakan bahwa meningkatkan harga tanaman bunga namun juga dengan meningkatkan kualitas produk, dan menurutnya harga yang ditetapkan itu pembeli mengerti dan mengetahui bagaimana proses perawatan yang digunakan.

h. Reaksi konsumen terhadap perubahan harga

Reaksi konsume terhadap perubahan harga beli bervariasi dengan persepsi mereka mengenai biaya produk dalam hubungannya dengan pengeluaran total mereka. Namun, biasanya konsumen lebih sensitive terhadap harga yang banyak membebani mereka.

Berdasarkan observasi peneliti untuk reaksi konsumen terhadap perubahan harga jual beli yang dilakukan oleh pedagang tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya tidak ada tanggapan konsumen mengenai perubahan harga. Hal tersebut karena konsumen jarang melakukan pembelian tanaman bunga dalam waktu dekat. Dimana pedagang lebih melakukan strategi perubahan kualitas juga menambah jenis baru dari tanaman bunga. Hal tersebut dilakukan bertujuan agar dapat menarik lebih banyak pembeli.

2. Bagaimana strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga bunga menurut perspektif ekonomi Islam di Yos Sudarso Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.

Ekonomi Islam mempunyai tujuan untuk memberikan keselarasan bagi kehidupan di dunia. Norma dan nilai Islam bukan semata-mata hanya untuk kehidupan muslim saja, tetapi seluruh makhluk hidup di muka bumi. Esensi proses ekonomi Islam adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan syariah agar mencapai kesejahteraan duniawi sekaligus kebahagiaan ukhrowi (*falah*).

Pada Al-qur'an surah An-Nisa ayat 29, sudah sangat jelas bahwa Islam sangat menganjurkan perniagaan dan 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. Menurut ekonomi Islam, penetapan harga suatu komoditas berupa barang atau jasa yang hendak diperjual belikan tidak boleh menzalimi pemilik atau pemberi pelayanan jasa dan tanpa memberatkan pembeli atau pengguna jasa.

Selain itu, menurut Ibnu Taimiyah Harga yang adil adalah nilai harga yang dimana orang-orang yang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu.

Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah berhubungan dengan prinsip *la dharar* yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain. Maka dengan berbuat adil akan mencegah terjadinya tindak kezaliman

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti pada pedagang tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung kota Palangka Raya. Tentang strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga menurut perspektif ekonomi Islam. Diketahui bahwa penetapan harga tanaman bunga telah memiliki standar harga yang ditetapkan oleh mekanisme harga itu sendiri tanpa adanya keterlibatan pemerintah di dalamnya. Di dalam teori ekonomi Islam pemerintah tidak diperbolehkan ikut campur dalam menentukan harga yang ada di pasaran, tugas pemerintah hanya mengawasi dan mengontrol jalannya mekanisme harga supaya tidak terjadi kezoliman atau salah satu pihak merasa dirugikan. Menurut Kotler dan Amstrong yang diterjemahkan oleh Sabran ada empat indikator yang mencirikan harga, yaitu:

a. Keterjangkauan harga

Harga yang diberikan oleh pedagang terhadap produk mereka dapat dijangkau oleh para konsumennya. Harga yang sesuai dan terjangkau tentunya akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk mereka. Harga yang ditawarkan pedagang bunga ini sangat bervariasi sesuai dengan kualitas dan jenis tanamannya.

Keterjangkauan harga yang dilakukan pedagang tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung kota Palangka Raya pada strategi penetapan harga

menurut pernyataan lima subjek penelitian dapat diketahui bahwa harga yang ditetapkan pedagang sudah cukup terjangkau. Salah satu pedagang bunga yang menjadi subjek penelitian yakni Ibu UH, menurutnya tanaman bunga yang dijual harganya sudah cukup terjangkau bahwa untuk mengurangi kekhawatiran pembeli terhadap tanaman bunga yang dijual dengan harga tinggi, maka pedagang biasanya menerapkan potongan harga bagi pembeli yang membeli tanaman bunga dengan jumlah yang banyak. Sehingga pembeli tidak perlu lagi menawar harga tanaman bunga dan takut dibohongi oleh pedagang dengan memberikan harga tinggi sedangkan kualitas barang biasa. Pernyataan subjek penelitian juga sejalan dengan observasi serta pernyataan tiga informan sebagai pembeli dari tanaman bunga bahwa harga yang ditetapkan terjangkau. Salah satunya yakni informan KS bahwa harga jual yang ditentukan sudah terjangkau menurutnya. Karena pedagang memberikan potongan harga kepada pembelinya.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga yang diberikan oleh pedagang bunga terhadap produknya sesuai dengan kualitas produk yang mereka hasilkan. Harga juga sering dijadikan indikator kualitas bagi konsumen, orang yang sering memilih harga lebih tinggi diantara dua produk atau lebih, karena melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga yang ditawarkan lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitas produknya lebih baik.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap lima subjek pedagang tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung kota Palangka Raya, tentu mereka memperhatikan kualitas tanaman bunga yang akan diperjual belikan kepada pembeli. Terlebih lagi pembeli yang mempunyai *hoby* terhadap tanaman bunga karena akan sangat memperhatikan hal tersebut. bahwa kualitas produk dengan kesesuaian harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli tanaman bunga.

Seperti yang dikemukakan salah satu informan KS salah satu pembeli tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung kota Palangka Raya, yang mengatakan bahwa menjalankan suatu usaha produk seperti tanaman bunga ini harus memiliki kualitas yang baik juga sesuai dengan harga yang ditawarkan agar suatu usaha dapat bertahan lama juga tidak mengecewakan pelanggan atau pembeli.

Selain itu juga untuk mempertahankan kualitas barang dagangan, pedagang juga selalu memperbarui produknya, mereka selalu mengikuti trend tanaman bunga yang sedang digemari masyarakat khususnya pada ibu rumah tangga. Sebab dengan mengetahui kebutuhan pelanggan sesuai perkembangan jaman omset penjualanpun menjadi naik. Pernyataan subjek penelitian juga sejalan dengan observasi serta pernyataan tiga informan sebagai pembeli tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung kota Palangka Raya, penetapan harga dan kualitas produk tanaman bunga sudah cukup sesuai.

c. Daya saing harga

Pedagang sebaiknya juga memperhatikan bahwa harga yang diberikan memiliki daya saing yang tinggi terhadap para kompetitornya. Jika harga yang diberikan terlampau tinggi di atas harga para pedagang tanaman bunga yang lain maka produk tersebut tidak memiliki daya saing yang baik dan dapat merugikan salah satu pihak.

Pada dasarnya persaingan tidak selalu memberikan dampak negatif bagi pedagang, sebab dengan adanya persaingan pedagang dapat mengukur usaha dagangannya dengan melihat keunggulan dan kelemahan usaha dagangannya sendiri dengan pesaing lain.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap lima subjek pedagang tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung kota Palangka Raya serta informan, daya saing harga berpengaruh dalam menetapkan harga tanaman bunga juga menjadi faktor pada pembeli untuk mengambil keputusan membeli tidaknya tanaman bunga. Seperti yang dilakukan subjek UH harga yang ditetapkan dirinya menyesuaikan daya saing antar pedagang lain. Maka dari itu strategi pedagang tanaman bunga pada daya saing harga biasanya harus menerapkan beberapa hal yaitu seperti memberikan diskon, potongan harga, menetapkan harga sesuai dengan harga pesaing serta menerapkan harga pas. Agar pembeli yang kurang bisa melakukan tawar menawar tidak tertipu.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat

Manfaat produk yang dimiliki harus sesuai dengan harga yang diberikan oleh pedagang terhadap produk mereka. Ada baiknya jika harga yang tinggi memiliki manfaat produk yang tinggi pula. Kesesuaian harga dengan manfaat ini berpengaruh pada keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan produk yang dibeli lebih kecil manfaatnya dari uang yang mereka keluarkan maka biasanya konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian.

Tanaman bunga banyak diminati karena banyak manfaat dan kegunaannya lebih praktis sehingga banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Tanaman bunga bisa juga digunakan untuk menyejukan suatu ruangan, menghias pekarangan rumah. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap lima subjek pedagang juga pembeli tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung kota Palangka Raya, bahwa kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan oleh tanaman bunga pada kepuasan pembeli ini sudah cukup terpenuhi. Contohnya dari tanaman bunga yang memberikan banyak manfaat yakni lidah buaya. Dimana dengan meletakkan tanaman lidah buaya dalam ruangan dapat membantu menyerap polusi bahan kimia yang ada, serta memberikan manfaat kesehatan seperti perawatan kulit, rambut dan mengobati luka bakar.

Pedagang bunga menetapkan harga berdasarkan permintaan dan penawaran. Sehingga harga yang adil bagi Rasulullah yaitu harga yang berlaku dipasar benar-benar berasal dari kekuatan penawaran dan permintaan. Mekanisme penetapan harga jual tanaman bunga yang dipraktikkan oleh pedagang ditinjau dari nilai-nilai dasar ekonomi, adalah sebagai berikut:

1) Ketuhanan

Nilai yang mendasari ekonomi syariah adalah ajaran tauhid (ketuhanan). Prinsip tauhid ini mengajarkan bahwa seluruh kegiatan yang dilakukan manusia termasuk ekonomi, hanya ditujukan untuk mencari keridaan dan sesuai petunjuk Allah SWT. selain ibadah *mahdah*, ibadah *ghayr mahdah* juga harus dilakukan oleh manusia seperti halnya menerapkan musyawarah atau negosiasi.

Pedagang tanaman bunga dalam menetapkan harga tidak memaksakan kehendak mereka sendiri, tapi masih menerapkan musyawarah atau negosiasi. Hal ini tergambar dari hal wawancara dengan semua subjek penelitian, dimana bila pembeli tidak sepakat dengan harga yang ditetapkan terus melakukan negosiasi untuk mendapatkan harga yang sesuai, akan tetapi juga memperhatikan keuntungan yang didapat. Dampaknya bagi pembeli adalah harga yang ditetapkan sesuai dengan keinginan mereka dan tidak adanya paksaan dalam menerima penetapan harga yang ditetapkan oleh

pedagang tanaman bunga, dalam artian mereka juga ikut berperan dalam menetapkan harga.

Pedagang juga tidak memaksakan kalau pembeli tidak setuju dan juga tidak membuka negosiasi. Pedagang tanaman bunga mempersilahkan pembeli mencari tempat lain, karena penetapan harga di pedagang tanaman bunga lainnya pun tidak jauh berbeda hampir semua sama pedagang bunga dalam menetapkan harga itu sama.

Ditinjau dari nilai ekonomi ketuhanan musyawarah atau negosiasi seperti ini lah yang diterapkan dalam Al-Qur'an yaitu kesepakatan bersama dan tanpa adanya keterpaksaan.

2) Kenabian

Nabi adalah manusia yang diutus untuk penyampai petunjuk dari Allah sebagai pedoman kehidupan manusia. Empat sifat nabi yang menjadi pilar ekonomi dan telah di praktekan oleh Nabi Muhamad SAW dalam kegiatan ekonomi, yakni : *Siddiq, Amanah, tabligh*, dan *Fathonah*. Dimana sifat kenabian ini di praktikan dalam transaksi jual beli pada subjek penelitian ini.

Tabligh atau komunikatif, semua pedagang tanaman bunga sangat komunikatif dalam menghadapi semua pembelinya dengan ramah. Mereka menyambut pembeli dengan senyum, salam, dan sapa. Kemudian menanyakan pembeli apa tujuan dating ke tempat berdagang mereka.

Fathonah atau cerdas juga telah diterapkan dalam transaksi ini, pedagang tanaman bunga cerdas dalam menetapkan harga, mereka menguasai ilmu dalam menilai harga tanaman, mulai dari melihat kondisi pasaran juga melihat kondisi perawatan tanaman bunga. Dengan adanya sifat cerdas yang dimiliki pedagang tanaman bunga ini maka dalam menetapkan harga tidak seenaknya dan bukan karena hawa nafsu untuk mendapatkan keuntungan yang banyak, akan tetapi harus sesuai dengan keadaan tanaman bunga dan keadaan pasar. Sehingga, tidak adanya kedzaliman terhadap pembeli dalam menetapkan harga.

3) Kejujuran

Salah satu etika dalam berdagang adalah sikap jujur. Jujur sebagai sebuah nilai merupakan keputusan seseorang untuk mengungkapkan bahwa realita yang ada tidak dengan cara berbohong atau menipu orang lain untuk keuntungan dirinya sendiri.

Kejujuran merupakan aspek penting dan prasyarat dalam keadilan, tuntutan mutlak untuk bisa mencapai kebenaran dan keadilan. Bila seseorang tidak bisa berperilaku jujur dalam suatu hal, maka keputusan yang diambil dalam urusan itu dipastikan tidak akan benar dan tidak adil.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan, pedagang bunga masih belum dipastikan memenuhi nilai kejujuran dalam menetapkan harga jual beli tanaman bunga. Karena penetapan

harga yang dilakukan oleh pedagang tanaman bunga hanya mereka yang mengetahui. Meskipun pertimbangan dalam menetapkan harga sudah jelas akan tetapi harga jual yang didapatkan tidak dijelaskan pada pembeli kenapa harga yang ditetapkan sekian. ketidak terbukaannya masih diwajarkan akan tetapi terkadang bisa memunculkan peluang merugikan salah satu pihak. Peluang inilah yang dapat menyebabkan belum maksimalnya penerapan nilai ekonomi islam pada jual beli.

4) Amanah

Amanah yang mana artinya terpercaya, dan untuk nilai nilai ekonominya dalam berdagang adalah kepercayaan, bertanggung jawab, transparan, dan tepat waktu. Amanah dan jujur mempunyai hubungan yang sangat erat karena orang yang selalu jujur pastilah amanah (terpercaya). Perbedaannya amanah berdasar dari kepercayaan orang lain yang diberikan kepadanya, sedangkan kejujuran bermula dari dalam diri si pelaku.

Karakter utama seorang pedagang dari pelaku ekonomi syariah dan semua umat manusia yakni sifat amanah. Yang mana sifat ini menduduki posisi penting dalam ekonomi dan bisnis. Tanpa adanya amanah pasti akan mengalami kegagalan dan kehancuran, maka dari itu seorang pedagang atau pelaku ekonomi lainnya harus menjadi orang yang profesional dan bertanggung jawab, sehingga dapat dipercaya oleh pelanggan dan seluruh masyarakat.

Dalam menetapkan harga jual beli tanaman bunga, pedagang telah melaksanakan amanah dengan baik, yaitu menetapkan harga sesuai dengan pertimbangan-pertimbangan yang telah mereka tetapkan. Akan tetapi, kejujuran dan keterbukaan mekanisme penetapan harga kepada pembeli belum dilaksanakan. Namun, keadilan dalam menetapkan harga jual beli tanaman bunga oleh pedagang sudah dirasakan semua informan sudah adil, seperti penetapan harga sesuai dengan kualitas tanaman bunga. Maka dengan berbuat adil akan mencegah terjadinya tindak kezaliman. Sehingga dapat disimpulkan bahwa walaupun tidak ada kejelasan dalam menetapkan harga akan tetapi keadilan tetap terpenuhi.

5) Pertanggung jawaban

Sifat tanggung jawab harus dimiliki oleh semua orang, agar tidak terjadi ketidak teraturan kehidupan di lingkungan sekitar. Seperti halnya dalam penetapan harga jual beli tanaman bunga, semua pedagang yang menjadi subjek penelitian telah menerapkan sifat tanggung jawab. Kebebasan dalam ekonomi dimana manusia sebagai *khalifah* di dunia ini harus dipertanggung jawabkan oleh pedagang tanaman bunga sehingga dalam menetapkan harga mereka sangat berhati-hati, karena mereka sadar semua apa yang kita lakukan di dunia akan dipertanggung jawabkan kepada Allah SWT di akherat kelak

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis penelitian yang telah peneliti uraikan tersebut, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi penetapan harga tanaman bunga yang dilakukan pedagang di Yos Sudarso Ujung kota Palangka Raya ini berbeda antara satu dengan pedagang lainnya atau tidak memiliki standar harga yang berpatokan terhadap harga tinggi maupun harga dasar. Karena harga tanaman bunga di Yos Sudarso Ujung kota Palangka Raya telah ditetapkan melalui mekanisme harga atau berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran dari pembeli, tanpa ada campur tangan pemerintah didalamnya. Harga yang berdasarkan keseimbangan antara permintaan dan penawaran, dan harga yang ditetapkan atas dasar kekuatan pasar seperti pertimbangan lain yaitu memperhatikan Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Keterjangkauan harga, daya saing harga, dan Kesesuaian harga dengan manfaat.
2. Strategi pedagang bunga dalam menetapkan harga menurut perspektif ekonomi Islam di Yos Sudarso Ujung Kecamatan Jekan Raya kota Palangka Raya Diketahui bahwa penetapan harga tanaman bunga telah memiliki standar harga yang ditetapkan oleh mekanisme harga itu sendiri tanpa adanya keterlibatan pemerintah di dalamnya. Di dalam teori ekonomi islam pemerintah tidak diperbolehkan ikut campur dalam menentukan harga yang ada di pasaran, tugas pemerintah hanya mengawasi dan

mengontrol jalannya mekanisme harga supaya tidak terjadi kezoliman atau salah satu pihak merasa dirugikan.

Pedagang bunga menetapkan harga berdasarkan permintaan dan penawaran. Sehingga harga yang adil bagi Rasulullah yaitu harga yang berlaku dipasar benar-benar berasal dari kekuatan penawaran dan permintaan. Nilai-nilai dasar ekonomi Islam telah terpenuhi yang meliputi ketuhanan, kenabian, kejujuran, amanah, dan tanggung jawab.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan informasi dan hasil penelitian yang didapatkan, sebagai berikut:

1. Pedagang tanaman bunga diharapkan lebih terbuka pada proses penetapan harga yang dilakukan, apa saja yang mempengaruhi harga dan mengapa harga tanaman bunga bisa sekian, semua dijelaskan pada pembeli. Sehingga keterbukaan dan transparansi terdapat dalam transaksi jual beli tersebut.
2. Pedagang tanaman bunga diharapkan bernegosiasi kembali apabila ada pembeli yang tidak setuju dengan dengan harga yang ditetapkan oleh pedagang karena prinsip suka sama suka sangat penting dalam transaksi jual beli.

DAFTAR PUSTAKA

1. BUKU

- Abdullah, Boedi. 2010. *Peradaban Pemikiran Ekonomi Islam*, Bandung: Pustaka Setia
- Abdullah, Thamrin. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Abdullah, Thamrin. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013
- Alma, Buchari. 2005 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Amaliawiati, Lia dan Asfia Murni. 2014. *Ekonomi Mikro*, Bandung: PT Refika Aditama.
- Anggipora, Marius. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Strategic Marketing*, Jakarta: Rajawali Pers
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Chamid, Nur. 2010. *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemah*. Jakarta Timur. CV Darus Sunnah, 2012.
- Firmansah, M. Anang. 2019. *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep.*, Surabaya: Qiara Media.
- Fuad, M. dkk, 2000. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hamdani. 2019. *Kewirausahaan*. Ponorogo:Uwais Inspirasi Indonesia
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ismail Yusanto, Muhammad. 2005. *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Pers.
- Juni Priansa, Doni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*, Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Jusmaniali, dkk. *Bisnis Berbasis Syariah* Jakarta: Bumi Aksara, 2008
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi PenelitianKualitatif*. Bandung:Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2008. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PTRajaGrafindo Persada

- Moleong, Lexy J. 2005 *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution. 2014. *Metedologi Research (Penelitian Ilmiah)*, Bandung: Bumi Aksara.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. 2009. *Ekonomi Islam*, Jakarta,
- Ritonga, Zuriani. 2020. *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*, Yogyakarta : CV. Budi Utama.
- Sayyid Sabiq, 2013, *Fikih Sunnah*, diterjemahkan dari buku aslinya berjudul “*Fiqhus Sunnah*” penerjemah Abu Syaqqina dan Abu Aulia Rahma, Jakarta: Tinta Abadi Gemilang.
- Soetri, Endang. 2014. *Manajemen Strategik*, Jakarta: CV Pustaka Setia.
- Sopiah, dkk. 2008. *Manajemen Bisnis Rite*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Subagiyo, Joko. 2004. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2013. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, edisi ketiga, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suryana, Yuyus. 2011. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed.2*. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset
- Widyastuti, 2018. *Teknologi Budidaya Tanaman Hias Agribisnis*. Yogyakarta: CV. Mine.
- Widyastuti, Ana. 2020. *Manajemen Berbasis Sekolah: Konsep, Strategi, dan Perencanaan*, Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Zimmerer, Thomas W. 2009. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.

2. SKRIPSI

- Arif Nugroho, Deni. *Strategi Pemasaran Tanaman Hias di Dusun Bojong Desa Giyanti Kecamatan Candimulyo Kabupaten Magelang*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2012. Skripsi.

Astuti, *Penetapan Harga Sayuran Oleh Pedagang Muslim Di Pasar Pelita Hilir Puruk Cahu, Kabupaten Murung Raya*, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2015. Skripsi.

Fatmawati, *Strategi Penetapan Harga Umroh Di Allinma Universal Surabaya*, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019, Skripsi

Iman Romansyah, *Analisis Penetapan Hrga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Lampung: Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2016. Skripsi.

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

Nurul Khasanah, *Perspektif Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Jual Minyak Tanah Di Desa Bawak, Kecamatan Cawas, Kabupaten Klate.*, Yogyakarta: Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2008. Skripsi.

Imam Romansyah, *Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2016. Skripsi.

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

Uswatun Hasanah, *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Cabai Di Pasar Plaza Bandarjaya Lampung Tengah*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2018. Skripsi

3. JURNAL

Andre Henry Slat, *Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode Full Costing dan Penentuan Harga Jual*, Vol 1 No. 3 Juni 2013

Enos Korowa, *Pengaruh Perlengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)*, Jurnal, Administrasi Bisnis, Vol. 6 No. 3 Tahun 2018.