

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seperti yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW bahwa pada setiap aktivitas kehidupan terutama pada kegiatan ekonomi yang tidak pernah lepas dari nilai-nilai ajaran Islam yang selalu beliau pegang. Nabi Muhammad SAW dilahirkan di lingkungan bangsa Quraisy, bangsa yang mempunyai kebiasaan bepergian mengadakan perjalanan baik musim dingin maupun musim panas untuk melakukan perdagangan. Jadi jelas perdagangan ada dan berkembang sejak zaman Rasulullah SAW, masa seumur hidup beliau lebih banyak digunakan untuk menggeluti dunia perdagangan hampir 25 tahun. Sedangkan umur yang beliau gunakan untuk melaksanakan tugas sebagai Rasul hanya 23 tahun. Demikianlah yang terjadi pada diri Rasulullah SAW yang dibesarkan dan sebagai pedoman untuk berdagang.

Dengan seiring berjalannya waktu terkadang kita sebagai manusia melupakan syarat-syarat jual beli menurut Islam. Allah mengajarkan manusia pentingnya untuk menepati janji dalam perdagangan serta larangan dalam penipuan disaat melakukan jual beli. Jika penetapan harga barang di dalam berdagang dilakukan dengan syariah yang baik dan benar maka hasil

dari perdagangan akan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Tujuan manusia dalam berdagang selain untuk mendapatkan keuntungan yang diharapkan, juga kegiatan ibadah kepada yang kuasa yaitu Allah SWT.

Penetapan harga oleh pembeli dan penjual yang secara luas saling bernegosiasi. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli. Penjual akan meminta harga lebih tinggi dari pada yang mereka harapkan mereka terima, dan pembeli akan menawar kurang dari pada yang mereka harapkan mereka bayar.

Melalui tawar menawar, akhirnya akan sampai pada harga yang diterima. Jika harga jual terlalu tinggi, pedagang akan kalah bersaing dengan pedagang lain. Jika harga jual terlalu rendah, pedagang tidak akan memperoleh laba seperti yang diinginkan.

Harga di dalam suatu perdagangan akan berpengaruh terhadap tingkat keuntungan apabila harga tersebut besar maka keuntungan pun besar. Konsumen menginginkan harga murah atas dan jasa yang dibelinya agar pemenuhan kebutuhannya dapat tercapai. Produsen atau penjual menginginkan harga yang tinggi untuk barang dan jasa yang dihasilkan, karena setiap kegiatan produksi bertujuan mendapatkan keuntungan yang paling tinggi. Keinginan dan penjual tersebut sulit terwujud. Agar pembeli mau membeli suatu barang maka penjual harus menurunkan harga.

Di Indonesia sendiri mayoritas penduduknya bekerja pada sektor pertanian dan secara nasional masih merupakan faktor yang signifikan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena mayoritas penduduk memperoleh pendapatan utamanya di sektor ini. Pada akhirnya, upaya ini akan berpengaruh terhadap peningkatan kecerdasan bangsa.

Tidak hanya pertanian, strategi pembangunan peternakanpun mempunyai prospek yang baik di masa depan. Hal ini didasarkan pada peningkatan permintaan akan bahan-bahan yang berasal dari ternak seiring dengan peningkatan jumlah penduduk, pendapatan, dan kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi pangan bergizi tinggi sebagai pengaruh dari naiknya tingkat pendidikan rata-rata penduduk. Peternakan merupakan salah satu sub sektor yang terkandung di dalamnya, memiliki peranan cukup penting dalam memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian negara ini salah satu kebijakan Pemerintah dalam pengembangan sektor peternakan adalah upaya untuk mencukupi kebutuhan protein hewan.

Terutama pada pedagang kerupuk kulit, besarnya permintaan kerupuk kulit ini tentunya mendatangkan hikmah bagi industri kecil yang bergerak di bidang tersebut. Contohnya dari hasil pantauan terhadap beberapa industri kecil kerupuk kulit di Sidoarjo dan Jember, Jawa Timur, justru menunjukkan fakta yang sebaliknya. Beberapa industri yang skalanya masih industri rumah

tangga (IRT) itu mengeluh tidak dapat memproduksi secara kontinyu. Beberapa IRT tersebut mengaku sulit mendapatkan bahan baku kulit yang dibutuhkannya. Kalaupun ada harganya sudah melambung sangat tinggi, karena minimnya pasokan dan banyaknya permintaan. Kesulitan bahan baku ini bahkan telah memaksa beberapa penghasil kerupuk kulit di Jember terpaksa harus menghentikan produksinya. Dalam beberapa tahun terakhir ini, produksi peternakan sapi lokal kita memang mengalami stagnansi. Untuk memenuhi kebutuhan daging sapi, maka daging impor pun didatangkan dari negara lain. Daging tersebut didatangkan dalam bentuk daging beku tanpa tulang dan tanpa kulit. Sedangkan kulit lokal yang bagus, selain untuk keperluan pangan, juga digunakan untuk cemilan ataupun kerajinan kulit, seperti kerupuk kulit, sepatu, tas, dan jaket, dan lain sebagainya. Oleh karena itu wajar jika kulit untuk keperluan kerupuk menjadi langka dan sulit didapatkan.

Namun hal tersebut tidak jauh berbeda dengan di *home industry* H. Sopyan, dimana dalam mencari kulit sapi yang *fresh* untuk dijadikan bahan utama pembuatan kerupuk kulit. Dalam jumlah produksinyapun semakin lama semakin berkurang karena berkurangnya pasokan persediaan kulit sapi *fresh* yang sulit didapat, mungkin karena banyaknya pesaing yang membutuhkan barang yang sama. Untuk bahan baku kerupuk kulit sendiri didapat dari lokal, misalnya didatangkan langsung dari pasar, atau dari

pemotongan hewan langganan Bapak H. Sopyan. Untuk jenis kulit sendiri, beliau menggunakan kulit *fresh* seperti kulit sapi dan kulit kerbau.

Walaupun persediaan kerupuk kulit yang tersedia tak sebanyak dulu, tetapi para pelanggan masih setia untuk membeli kerupuk ditempat Bapak H. Sopyan, dikarenakan *home industry* tersebut tetap menjaga kualitas dan rasa sejak tahun 1995 sampai sekarang. Karena usia beliau tidak muda lagi, ilmu yang beliau dapatkanpun beliau turunkan kepada anak-anaknya, sehingga anak-anaknya yang membantu meneruskan usaha beliau sampai saat ini.

Sesuai dengan hukum permintaan, yaitu apabila harga mengalami perubahan maka jumlah barang yang diminta juga akan mengalami perubahan jika harga mengalami kenaikan maka jumlah permintaan akan mengalami penurunan.¹

Berdasarkan uraian diatas penulis merasa tertarik untuk melakukan riset terhadap kegiatan tersebut dengan tema ***“Pengaruh Fluktuasi Harga Kulit Sapi Terhadap Pendapatan Pengusaha Kerupuk Kulit (Studi di home industry H. Sopyan Pakupatan Kota Serang)”***.

¹ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi Edisi Ketiga*, (PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta: 2002), 76.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka penulis mencoba menarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara fluktuasi harga kulit sapi terhadap tingkat pendapatan pengusaha kerupuk kulit di *home industry* H. Sopyan di Pakupatan Kota Serang?
2. Seberapa besar pengaruh fluktuasi harga kulit sapi terhadap tingkat pendapatan pengusaha kerupuk kulit di *home industry* H. Sopyan di Pakupatan Kota Serang?

C. Pembatasan Masalah

Dalam suatu penelitian, batas ruang lingkup penelitian penting diterapkan. Hal ini bertujuan agar penelitian tidak menyimpang dalam keterbatasan waktu, tenaga, pikiran, biaya, dan sebagainya. Oleh karena itu, untuk mempermudah penelitian dan pembahasan penulis membatasi masalah yaitu hanya pada "*Fluktuasi Harga Kulit Sapi terhadap Pendapatan Pengusaha Kerupuk Kulit*".

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian di pengusaha H.Sopyan Pakupatan Kota Serang adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi apakah terdapat antara pengaruh fluktuasi harga kulit sapi terhadap tingkat pendapatan pengusaha kerupuk kulit.
2. Untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh fluktuasi harga kulit sapi terhadap tingkat pendapatan pengusaha kerupuk kulit.

E. Manfaat Penelitian

Selanjutnya dengan tercapainya tujuan tersebut. Diharapkan dari hasil penelitian ini diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Untuk menambah pengetahuan baru dibidang Ekonomi Syariah khususnya tentang “*Fluktuasi Harga terhadap Pendapatan Pengusaha*”.

2. Bagi Penulis

Untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan, terutama mengenai tentang khususnya pada pengaruh fluktuasi atau naik turunnya harga kulit sapi, dampak dari fluktuasi harga terhadap pendapatan, dan lain-lain.

3. Bagi Produsen

Sebagai barometer pembelajaran terutama dalam harga kulit sapi, agar lebih sabar dan tidak putus asa dalam menghadapi kondisi dimana

fluktuasi harga yang tidak menentu karena faktor-faktor tertentu salah satunya yaitu ketidaksediaan stok kulit yang diinginkan, dan lain-lain.

F. Kerangka Pemikiran

Beberapa perusahaan penerapan ketetapan harga nilai (*value pricing*), yaitu mereka menetapkan harga yang cukup rendah untuk tawaran yang bermutu tinggi. Penetapan harga nilai menyatakan bahwa harga harus menggambarkan tawaran yang bernilai tinggi bagi konsumen.²

Yang artinya perusahaan memberikan harga murah untuk kualitas barang yang tinggi bagi konsumen agar memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Harga adalah tingkat kemampuan suatu barang untuk ditukar dengan barang lain. Pasar adalah tiap organisasi tempat pembeli dan penjual suatu benda dipertemukan³.

Dengan kata lain, harga adalah jumlah barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang beserta pelayanannya. Harga yang terjadi akibat kekuatan permintaan dan penawaran di pasar.

Dalam undang-undang no. 5 tahun 1999 dijelaskan, bahwa harga pasar adalah harga yang dibayar dalam transaksi barang dan jasa sesuai

² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Melenium*, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), 532.

³ Kadariah, *Teori Ekonomi Mikro Edisi Revisi*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 1994), 1.

kesepakatan antara penjual dan pembeli. Dengan harga yang adil, kedua pihak akan memperoleh kepuasan masing-masing serta tidak ada pihak yang dirugikan. Jadi pada dasarnya pihak penjual yaitu sebagai produsen barang dan jasa harus menentukan harga stabil supaya terjadilah keseimbangan pasar antara penjual dan pembeli tetapi tidak mengurangi keuntungan yang dikehendaki. Sebaliknya, pembeli menginginkan harga barang yang dibelinya terjangkau agar semua kebutuhannya bisa terpenuhi. Harga ditentukan oleh dua kekuatan, ialah permintaan dan penawaran, yang saling berjumpa dalam pasar.

Harga pasar adalah harga kesepakatan antara penjual dan pembeli yang tercipta melalui proses tawar menawar. Pada tingkat harga yang sesuai antara produsen atau penjual bersedia memberikan barang atau jasanya dan konsumen bersedia membayarnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga secara langsung adalah bahan baku biaya produksi, biaya pemasaran, adanya pengaturan pemerintah dan faktor lainnya. Faktor yang tidak langsung harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing.

Dalam strategi penetapan harga setiap tugas pemasaran termasuk penetapan harga harus diarahkan untuk mencapai sebuah tujuan. Sehingga harus ditetapkan sasaran penetapan harga (*pricing objective*) sebelum menetapkan harga itu sendiri. Walaupun terdengar logis, namun hanya

sedikit perusahaan yang secara sadar atau terang-terangan menentukan sasaran penetapan harga.

Sasaran penetapan harga terbagi menjadi tiga, yaitu: 1) Berorientasi pada laba; 2) Sasaran yang berorientasi pada penjualan dan 3) Berorientasi pada usaha untuk mempertahankan status quo.⁴

1. Berorientasi pada laba untuk:
 - a. Mencapai target laba investasi/laba penjualan bersih.
 - b. Memaksimalkan laba.
2. Berorientasi pada penjualan untuk:
 - a. Meningkatkan penjualan.
 - b. Mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar.
3. Berorientasi pada status quo untuk:
 - a. Menstabilkan harga.
 - b. Menangkal persaingan.

Pada sasaran yang berorientasi pada laba, melalui pemilihan antara target laba atau memaksimalkan laba, manajemen memusatkan perhatian pada usaha tercapainya laba. Sasaran pada laba bisa dalam jangka pendek atau jangka panjang.

⁴ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran "Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, (Bandung: Alfabeta, CV , 2017) 153.

Mencapai target hasil, perusahaan menetapkan harga untuk produk atau jasanya atas dasar untuk mencapai presentase tertentu untuk pengembalian investasi atau laba penjualan bersih. Sasaran seperti ini banyak menjadi acuan bagi perusahaan maupun oleh para pialangnya. Para pengecer dan grosir juga banyak yang mendayagunakan target laba penjualan bersih sebagai sasaran penetapan harga jangka pendek.

Memaksimalkan laba: Sasaran penetapan harga atas dasar menghasilkan uang sebanyak-banyaknya mungkin menjadi sasaran yang paling banyak dianut oleh perusahaan. Sasaran memaksimalkan laba kemungkinan bisa lebih menguntungkan apabila dipraktekkan dalam jangka waktu yang panjang. Perusahaan yang ingin memaksimalkan laba dalam jangka waktu panjang harus bersedia menanggung kerugian jangka pendek. Sasaran harus memaksimalkan laba dari keseluruhan produk bukan dari setiap item yang dipasarkan. Seorang pabrikan bisa memaksimalkan laba dengan menjual rugi beberapa item yang lain. Dengan strategi seperti ini para pelanggan juga diharapkan membeli item lainnya. Secara keseluruhan tingkat laba toko akan tetap bertahan atau bahkan meningkat.

Sasaran yang berorientasi ke penjualan: perusahaan yang menggunakan sasaran tipe ini memusatkan perhatian pada volume penjualan. Pada situasi tersebut, sasaran penetapan harga bisa diarahkan pada

peningkatan volume penjualan, mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar perusahaan.

Meningkatkan volume penjualan: Sasaran penetapan harga biasanya diinyatakan dalam persentase kenaikan volume penjualan selama periode tertentu. Sasaran semacam ini digunakan saat pengecer berusaha meningkatkan penjualan mereka dari tahun yang sebelumnya.

Namun jika menggunakan sasaran ini, perusahaan dapat menjadi tidak taat azas dengan konsep pemasaran yang menganut volume penjualan yang menguntungkan. Disatu sisi, perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan dengan tetap mempertahankan tingkat labanya. Disisi lain, perusahaan dapat meningkatkan volume penjualannya melalui strategi potongan harga atau strategi harga lainnya yang agresif, dengan menanggung kerugian. Jika perusahaan memutuskan untuk meningkatkan volume penjualan dengan kondisi yang kedua, berarti manajemen bersedia menanggung rugi jangka pendek dengan perhitungan bahwa melalui peningkatan volume penjualan volume perusahaanpun dapat memasuki pasar.

Mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar: Sasaran penetapan harga tipe ini memusatkan perhatian perusahaan pada upaya mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasarnya. Faktor yang dapat

membuat sasaran ini berhasil dicapai adalah, perusahaan biasanya dapat menentukan pangsa pasar yang diinginkan.

Sasaran status quo: Dua sasaran yang erat berkaitan dengan sasaran status quo ini adalah menstabilkan harga dan menangkal persaingan, yang merupakan sasaran yang paling tidak agresif.

Menstabilkan harga: Stabilitas harga (*price stability*) sering menjadi sasaran industri-industri yang mempunyai pemimpin harga (*price leader*). Terutama dalam industri dimana permintaan sering turun naik, perusahaan-perusahaan besar akan mencoba mempertahankan stabilitas harga kepemimpinan harga berarti bahwa terdapat hubungan antara harga yang ditetapkan oleh pemuka industri dengan harga-harga yang ditetapkan oleh industri-industri lainnya. Alasan utama untuk mengusahakan stabilitas dalam menetapkan harga adalah menghindari adanya perang harga pada waktu permintaan meningkat atau menurun.

Menangkal permintaan (*meet competition*): Banyak perusahaan tidak tergantung dari tinggi rendahnya harga produk untuk menangkal persaingan. Pada umumnya, kebijakan mengikuti harga yang ditetapkan oleh pemuka industri hanya diikuti oleh kalangan industri yang mempunyai standar produk yang tinggi dan pemuka industri yang disegani.

Penetapan harga berdasarkan tingkat harga rata-rata industri yang terdapat (*going rate pricing*). Penetapan harga seperti ini dilakukan dengan alasan sebagai berikut:

- a. Perusahaan mengalami kesukaran untuk mengukur biaya, sehingga sulit untuk menentukan harga yang wajar.
- b. Kesulitan perusahaan untuk mengetahui reaksi dari para pembeli dan saingan terhadap perbedaan harga di pasar.
- c. Pandangan bahwa dari pada mengganggu keseimbangan harga di pasar, lebih baik mengikuti harga yang berlaku di pasar itu.
- d. Penetapan harga tender atau pelelangan (*sealed-bid pricing*). Harga penawaran yang ditetapkan diajukan dalam sampul tertutup, sedangkan pembeli dapat memilih penjual yang dianggapnya mempunyai harga yang rendah dengan spesifikasi yang diharapkannya.

Pendapatan pengusaha sendiri biasanya tidak menentu tiap waktunya, hal ini dikarenakan karena jumlah penjualan barang setiap harinya yang berbeda, terutama pada pendapatan pengusaha kerupuk kulit. Sulitnya mencari bahan baku merupakan salah satu hal yang mempengaruhi pendapatan, karena bahan baku merupakan faktor pertama untuk di produksi kemudian diolah menjadi berbagai macam produk makanan maupun kerajinan. Disini perlu diperhatikan tentang pengadaan dan pengelolaan persediaan barang,

agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan lancar dan tidak ada hambatan. Tidak terkecuali apabila usaha tersebut menawarkan produk barang jadi, yang dengan demikian usaha yang dimaksud adalah usaha dagang eceran untuk keperluan sehari-hari, atau produk jasa seperti salon, barber *fotocopy* dan sebagainya. Oleh karena itu maka proses pengadaan menjadi awal dari seluruh kegiatan operasional. Ioperasional usaha akan menjadi lancar apabila masalah pengadaan dikelola cermat dan konsisten. Sebaliknya apabila berbagai persediaan yang dimaksud tidak terjamin kelanjutannya maka operasional.

Pengadaan adalah proses kegiatan untuk mendapatkan bahan baku, bahan pembantu, peralatan jasa dan kebutuhan lainnya yang diperlukan perusahaan dalam rangka memproduksi barang dan atau jasa guna memenuhi sasaran pemasaran. Dengan melakukan perencanaan dan pengendalian terhadap pengadaan secara efektif maka kegiatan produksi dapat berlangsung dengan lancar, dalam arti dicapai kuantitas dan kualitas yang tepat pada harga tingkat yang paling rasional. Fungsi manajemen pengadaan sangat penting baik pada usaha perdagangab, usaha manufaktur maupun usaha jasa.⁵

⁵ Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Bandung: Alfabeta, CV. 2012), 188.

Tujuan dari pengendalian persediaan itu sendiri memiliki empat manfaat dalam manajemen operasional perusahaan, yakni:

1. Menjamin kelangsungan produksi/operasional perusahaan,
2. Memaksimalkan penjualan,
3. Memberikan perlindungan terhadap kekayaan perusahaan, dan
4. Memaksimalkan investasi dalam bentuk persediaan.

Keempat manfaat ini harus dipelihara secara konsisten dan tepat azas oleh setiap pelaku usaha. Hendaknya setiap pelaku usaha menyadari bahwa pengendalian persediaan merupakan salah satu aspek dari manajemen *control system* secara keseluruhan.

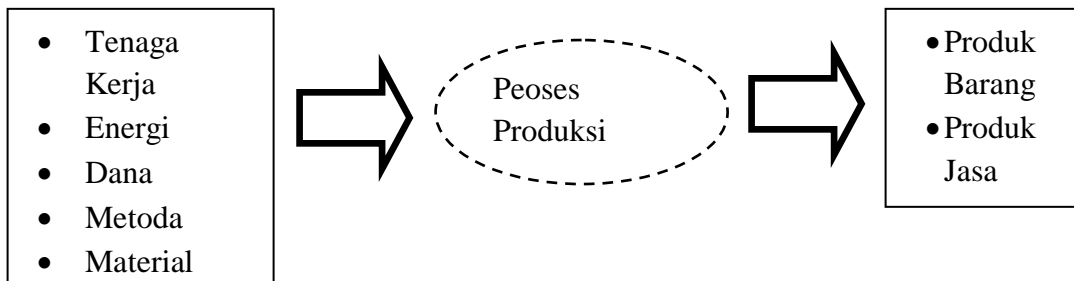
Dalam mengelola proses produksi banyak pelaku usaha yang kurang memperhatikan berlangsungnya proses produksi. Yang sering terjadi proses produksi yang dijalankan apa adanya. Padahal proses produksi merupakan bagian penting dari rangkaian kegiatan merubah berbagai sumber daya menjadi hasil karya, yang berupa produk barang jadi dan atau produk jasa yang siap di *delivery* kepada setiap pembeli. Dimana letak pentingnya proses produksi beriku dijelaskan secara rinci.

Karena proses produksi melibatkan berbagai sumber daya dalam ukuran tertentu, maka agar dapat dihasilkan produk yang memenuhi standar yang telah ditentukan, maka perlu dilakukan pengelolaan dengan benar.

Proses produksi melibatkan berbagai sumber daya seperti tenaga kerja, dana, bahan dan peralatan, metode, informasi dan waktu guna menghasilkan produk barang dan jasa. Selama masa transformasi berbagai sumber daya tersebut mengalami proses desain, fabrikasi, perakitan, penyulingan pemasangan dan masih banyak jenis proses lainnya. Gambar beriku memperlihatkan bagaimana sejumlah sumber daya yang dimasukan sebagai *input*, kemudian dalam transformasi mengalami sejumlah proses dan akhirnya menjadi *output* berupa produk barang, jasa dan gabungan barang dan jasa.

Gambar 1.1

Transormasi dari Input Menjadi Output



Laba adalah pertambahan kekayaan dari suatu badan usaha dalam periode tertentu. Ada tiga jenis dalam perhitungan pendapatan yaitu pendapatan berpengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan atau diskon untuk para penyalur dan konsumen.⁶

Pendapatan total, pendapatan rata-rata, pendapatan marjinal. Pengertian yang pertama yaitu pendapatan total adalah hasil kali jumlah barang atau jasa yang terjual dengan tingkat harganya. Dengan kata lain jumlah pendapatan keseluruhan dari jumlah barang dan jasa yang terjual. Sedang pengertian pendapatan rata-rata adalah rata-rata pendapatan yang diperoleh atas penjualan per unit barang atau jasa. Dan yang terakhir pendapatan marjinal adalah kenaikan pendapatan yang diperoleh produsen sebagai akibat kenaikan satu unit output yang terjual.⁷ Jika harga barang naik *ceteris paribus*, maka jumlah keuntungan per unit yang diperoleh akan naik juga.

Hal ini yang kemudian akan meningkatkan pendapatan atau laba total dan pada akhirnya mendorong produsen untuk menaikkan jumlah penawarannya. Sebaliknya, jika harga turun, maka produsen akan cenderung mengurangi penawarannya sebab tingkat keuntungan atau laba yang

⁶ Assauri Syofian, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 224.

⁷ Zaini Ibrohim, *Pengantar Ekonomi Mikro...*, 81.

diperolehnya sedikit atau menurun. Biaya produksi menentukan tingkat keuntungan sebab keuntungan adalah selisih antara penerimaan dengan biaya. Produsen akan meningkatkan harga jika biayanya juga naik demi menjaga tingkat laba atau keuntungannya.⁸

Tujuan penetapan harga perlu ditentukan terlebih dahulu, agar tujuan perusahaan tercapai. Ada beberapa tujuan penetapan harga yang diambil, yaitu:

1. Memperoleh laba yang maksimum.

Salah satu tujuan yang paling lazim dalam penetapan harga adalah memperoleh hasil laba jangka pendek yang maksimal. Pencapaian tujuan ini dilakukan dengan cara menentukan tingkat harga yang memperhatikan total hasil penerimaan penjualan (*sales revenue*) dan total biaya. Dalam hal ini perusahaan menetapkan harga untuk memperoleh tingkat keuntungan (*rate of return*) yang maksimal paling memuaskan.

2. Mendapatkan *share* pasar tertentu.

Sebuah perusahaan dapat menetapkan tingkat harga untuk mendapatkan atau meningkatkan *share* pasar, meskipun mengurangi tingkat keuntungan pada masa itu. Strategi ini dilakukan perusahaan

⁸ Munrokhim Misanam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 318.

karena perusahaan percaya bahwa jika *share* pasar bertambah besar, maka tingkat keuntungan akan meningkat di masa depan.

Pada dasarnya prosedur penetapan harga dapat dikelompokkan kedalam salah satu dari 3 orientasi, yaitu orientasi biaya, orientasi permintaan, dan orientasi persaingan.⁹

Bagaimanapun persoalan harga itu amat penting dalam jual beli agar dapat di ukur oleh kualitas dan quantitas barang itu sendiri. Ayat dibawah ini menerangkan hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual beli.

Sebagaimana firman Allah dalam Q.S surat an nisa ayat 29:

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

“ 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”.(Q.S an-nisa ayat 29).¹⁰

⁹ Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 224.

¹⁰ <https://mkitasolo.blogspot.co.id/2011/12/tafsir-surat-nisa-4-ayat-29.html>, (rabu, 26 april pukul 21:11).

Dari ayat diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak ada pekerjaan yang paling mulia terkecuali di jalan perniagaan atau yang sekarang jual beli yang atas dasar saling suka sama suka atau saling ridho dari kedua belah pihak agar terciptanya jual beli yang sah secara syariah. Oleh karena itu, dalam proses penetapan harga sangat penting dalam jual beli dan sebagai ukuran. Jangan sampai menyebabkan ada pihak yang didzalimi. Dengan kata lain harga yang di tetapkan tidak boleh terlalu tinggi sehingga memberatkan para pembeli. Dan pada waktu yang sama, harga juga tidak boleh terlalu rendah sehingga mendzalimi diri sendiri.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN : Dalam bab ini, penulis membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA : Terdiri dari fluktuasi hasga seperti pengertian harga, strategi penetapan harga dan harga menurut ulama, sedangkan pendapatan pengusaha meliputi pengertian pendapatan pengusaha, penelitian terdahulu dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN : Bab ini merupakan metode penelitian yang berisi tentang tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, metode penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data, dan operasional variabel penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN : Dalam bab ini, meliputi gambaran umum objek penelitian seperti sejarah, visi dan misi *home industry*, dan data harga kulit sapi, dan pembahasan hasil penelitian, perspektif islam tentang harga dan pendapatan.

BAB V PENUTUP : Bab ini membahas tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan masukan berupa saran berdasarkan temuan dari hasil penelitian.