
STRATEGI PENETAPAN HARGA KEBUTUHAN POKOK TOKO ARAFAH CIREBON DALAM KONSEP IBNU TAIMIYAH

Abu Lubaba¹, Fitri Amelia², Muhammad Nur Arifin³, Maryani⁴, Refhani Puspadini⁵

Program Studi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon

Email : abulubaba29@gmail.com, fitri.amelia771@gmail.com, 2mnrarfn09@gmail.com,
3maryanismith23@gmail.com, puspadinirefhani@gmail.com

Received: 2023-02-24; Accepted: 2023-02-26; Published: 2023-02-28

Abstrak

Penetapan harga atau harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentase laba yang diinginkan perusahaan. Harga yang tepat ialah harga yang sesuai dengan kualitas produk/barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan desain penelitian studi kasus agar lebih mempermudah dalam pengambilan kesimpulan pada hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara dengan sumber data berasal dari hasil wawancara narasumber kepala Toko dan bagian keuangan. Penetapan harga Kebutuhan Pokok di Toko Arafah Cirebon, telah sesuai dengan konsep ekonomi Islam. Hal ini dikarenakan konsep penetapan harga telah dijalankan dengan baik, dimana dalam konsep Ekonomi Islam tidak ada pembatasan untuk meraih keuntungan, selagi tidak memberatkan pembeli dan dengan keadaan suka sama suka diantara keduanya.

Kata Kunci : Penetapan Harga, Ekonomi Islam, Ibnu Taimiyah

Abstract

Pricing or selling price is a number of costs incurred by the company to produce a product or service plus the percentage of profit that the company wants. The right price is a price that is in accordance with the quality of the product/goods and that price can provide satisfaction to consumers. The method used in this research is a qualitative method, with a case study research design to make it easier to draw conclusions on the research results. This study uses interview techniques with data sources derived from interviews with the head of the store and the finance department. The pricing of basic necessities at the Arafah Store, Cirebon, is in accordance with the concept of Islamic economics. This is because the concept of pricing has been carried out well, where in the Islamic concept there are no restrictions on making profits, as long as it does not burden the buyer and is consensual between the two.

Keywords : Pricing or selling, Islamic Economy, Ibnu Taimiyah

PENDAHULUAN

Menjalankan sebuah usaha tidak akan lepas dari penetapan sebuah harga, karena penentuan harga sudah menjadi bagian dalam pelaksanaan perekonomian khususnya dalam dunia usaha, sehingga menjadi hal yang harus dilakukan dalam menjalankan sebuah usaha perusahaan. Lingkungan bisnis yang dinamis mengakibatkan percepatan perubahan, maka dalam penentuan harga juga semakin ketat. Penentuan harga yang terlalu tinggi akan berpengaruh pada penjualan, jika harga terlalu rendah maka akan mempengaruhi keuntungan dan penjualan.

Dalam hal ini perusahaan perlu adanya suatu strategi dalam menentukan harga untuk dapat bersaing agar kelangsungan hidup usaha tetap terjamin dan dapat bertahan di pasaran. Keberhasilan pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan hanya dimungkinkan bila perusahaan itu mempunyai keunggulan bersaing. Membangun keunggulan bersaing harus dilakukan perusahaan secara tepat dan berkelanjutan, serta harus memperhatikan faktor-faktor yang mendorong perusahaan dalam pertahanan persaingan bisnis dengan menyusun strategi dan sekaligus mengimplementasikannya.

Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk barang atau jasa. Dapat juga diartikan bahwa harga adalah jumlah nilai konsumen yang ditukarkan untuk manfaat memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Menurut Willian J. Stanton harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk diperoleh beberapa kombinasi suatu produk dan pelayanan yang menyertainya. Harga menurut Jerome Mc Cartgy harga adalah apa yang dibebankan untuk sesuatu. Faktor yang memengaruhi pertimbangan pedagang dalam menetapkan harga antara lain; kondisi perekonomian, elastisitas harga, faktor yang tidak berkaitan dengan harga, tujuan perusahaan, faktor legal dan etis, bauran pemasaran, biaya, ukuran bisnis dan persaingan (Angipora, 2002).

Keberagaman para pedagang dan beberapa faktor yang mendasari baik dari internal atau eksternal mendasari pelaku dan strategi berdagang para pedagang yang berbeda-beda mulai dari mempromosikan barang, harga, diskon, bonus potongan harga atau menjual harga dengan harga yang lebih murah. Berbagai macam metode penetapan harga yang tidak dilarang oleh Islam dengan ketentuan harga yang telah ditetapkan oleh pihak pengusaha /pedagang tidak mendzolimi pihak pembeli, yaitu tidak mengambil keuntungan diatas norma atau tingkat kewajaran.

Komoditas pokok tidak hanya mengikuti musim yang ada tetapi harus selalu tersedia stoknya karena komoditas pokok merupakan kebutuhan sehari-hari masyarakat. Semua masyarakat dari yang ekonomi rendah sampai tinggi pasti membutuhkan komoditas pokok atau sembako untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Oleh karena itu kebutuhan pokok mempunyai peran penting dalam kehidupan masyarakat.

Beberapa faktor yang mempengaruhi harga komoditas kebutuhan pokok diantaranya: adalah kebijakan pemerintah pusat dan daerah, kualitas komoditas pokok, bencana alam dan hari-hari tertentu. Dengan adanya faktor tersebut banyak pedagang yang berlaku curang yaitu dengan menimbun barang pada saat harga menurun dan akan menjual saat harga mengalami kenaikan.

Dalam penelitian ini penulis meneliti tentang strategi penetapan harga komoditas pokok di Toko Arafah Cirebon. Toko ini menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok masyarakat, tetapi peneliti disini akan fokus pada komoditas pokok, karena komoditas pokok merupakan salah satu harga yang sulit dikondisikan.

LANDASAN TEORI

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang langkah –langkah yang dihadapi terjal dan berliku-liku, namun ada pula langkah yang relative mudah. Disamping itu banyak rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan oleh karena itu setiap langkah harus dijalankan secara-hati-hati (Kasmir, 2006).

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan jumlah kombinasi barang atau jasa berikut pelayanannya (Tim Reality, 2008). Harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa yang diukur dengan jumlah uang dimana kesepakatan tersebut diridhoi oleh kedua belah pihak dalam akad.

Dalam ekonomi Islam alat tukar atau uang sangat penting untuk menentukan harga yang setara dalam jual beli. Jika harga itu sama nilainya dengan barang yang akan dibeli konsumen kemudian dilanjutkan dengan serah terima atau ijab qabul yang sah dan saling ridha meridhai , maka terjadilah keadilan harga dalam jual beli. Surah An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Artinya: wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian diantara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuhh diri-diri kalian, sesungguhnya, Allah itu maha kasih sayang kepada kalian.

Penetapan harga atau harga jual adalah sejumlah biaya yang dikerluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentase laba yang diinginkan perusahaan. Harga yang tepat ialah harga yang sesuai dengan kualitas produk/barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Untuk memenangkan sebuah persaingan maka pihak manajemen harus menentukan strategi penetapan harga yang tepat bagi produknya (Gitosundarmo, n.d.) :

a. Strategi harga bagi produk baru , Strategi harga pada produk baru dalam pemasaran terbagi menjadi dua penetapan harga, yaitu: pemasaran penetapan harga tinggi dan pemasaran penetapan harga rendah (murah).

b. Strategi harga bauran produk, strategi ini adalah kebersamaan diantara harga-harga produk secara keseluruhan. Karena penetapan harga bauran produk harus mempertimbangkan masalah biaya produksi dan pasar, dimana biaya produksi dan pasar masing-masing produk berbeda.

- 1) Harga garis pokok, Penetapan harga didasarkan garis produk adalah menetapkan harga produk menurut jenis produk.
- 2) Harga produk pelengkap, Selain bermacam-macam varian produk yang diproduksi, pihak produsen, pihak produsen seringkali memproduksi atau menyediakan produk pelengkap (optional) pendukung produk utama.
- 3) Harga produk sampingan, Seringkali perusahaan tidak dapat menghindar untuk memproduksi produk lain di samping produk utamanya, dan proses produksi tersebut walaupun bukan utama, namun tetap saja pihak produsen harus mengeluarkan biaya.

c. Strategi Penyesuaian Harga

d. Perubahan Harga

e. Kebijakan Publik dan penetapan harga, Dalam kebijakan publik dan penetapan harga dibagi menjadi dua bentuk yaitu, Pricing within channels levels, perusahaan dalam menetapkan harga tidak boleh melakukan pembicaraan dengan pesaing, untuk menghindari kolusi harga. Pricing across channels levels, untuk mencegah terjadinya diskriminasi penetapan harga, dengan memastikan bahwa para penjual menawarkan kondisi harga yang sama terhadap konsumen pada level perdagangan (Irsad.Z, 2019).

Konsep harga menurut salah satu tokoh Islam yakni Ibnu Taimiyah ialah seorang pelopor yang dimana dalam penjelasannya tentang penentuan harga dalam hubungannya dengan penawaran dan permintaan (Karim, 2010a). Konsep harga yang adil pada hakikatnya telah ada dan digunakan sejak awal kehadiran Islam. Al-Qur'an sendiri menekankan keadilan dalam setiap aspek kehidupan umat manusia. Oleh karena itu adalah hal yang wajar jika keadilan juga diwujudkan dalam aktivitas pasar, khususnya harga (Karim, 2010b).

Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa harga yang setara adalah harga yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas, yakni pertemuan antara kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Ia menggambarkan perubahan harga pasar sebagai berikut:

“ Jika penduduk menjual barang-barangnya secara normal (al-wajh al-ma'ruf) tanpa menggunakan cara-cara yang tidak adil kemudian harga tersebut meningkat karena pengaruh kelangkaan barang (yakni penurunan supply) atau karena peningkatan jumlah penduduk (yakni peningkatan demand), kenaikan harga-harga tersebut merupakan kehendak Allah. Dalam kasus ini memaksa penjual untuk menjual barang-barang mereka pada harga tertentu adalah pemaksaan yang salah (ikrah bi ghairi haq)”

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskripsi analisis. Dalam penelitian ini peneliti meneliti kepala dan bagian keuangan Toko Arafah Cirebon yang melakukan strategi penetapan harga pada kegiatan jual/beli di dalam usaha yang sedang ia jalani. Sumber data yang diambil adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari peninjauan langsung dilapangan pada suatu objek penelitian, data tersebut diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pihak-pihak yang berkompeten yang akan diproses dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak kepala Toko dan Bagian Keuangan di Toko Arafah Cirebon, peneliti telah mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara yang dituangkan dalam bentuk tulisan sehingga dapat diperoleh data-data yang sesuai dengan masalah-masalah pada penelitian yang penulis inginkan.

Penetapan harga kebutuhan pokok pada Toko Arafah Cirebon tidak berpatokan terhadap harga tinggi maupun harga pasar. Karena harga kebutuhan pokok di Toko tersebut telah ditetapkan oleh mekanisme harga atau bertemunya kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Toko Arafah Cirebon telah memiliki standar harga yang dibentuk oleh kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran.

Kesepakatan harga antara penjual dan pembeli dilakukan dengan keadaan rela sama rela tanpa memberatkan salah satu pihak sesuai dengan harga yang telah tertera pada rak produk yang dijual. Adapun keuntungan yang diperoleh perusahaan dari setiap produk yang dijual yakni 2000-4000 tergantung produk yang dibeli. Penetapan harga telah memiliki standar harga sendiri atau standar harga tertentu yang dibentuk oleh kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran, tanpa adanya campur tangan pemerintah didalamnya.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dengan kepala Toko dan bagian keuangan Toko Arafah Cirebon, mengenai penetapan harga kebutuhan pokok, disini mendapatkan beberapa keterangan mengenai harga kebutuhan pokok. Hasil wawancara ini kemudian menjadi dasar bagi penulis untuk menganalisis bagaimana penetapan harga sebenarnya yang terjadi, dan keuntungan yang diperoleh pedagang dari setiap produk yang dijual untuk jadi bahan toalk ukur keuntungan yang diperoleh penjual dari setiap produk kebutuhan pokok yang dijual.

Berdasarkan wawancara diatas dapat dijelaskan bahwa Toko Arafah Cirebon, tersebut beda-beda dalam memperoleh produk yang akan dijual ada yang melalui sales ada pula yang langsung dari distributornya. Untuk harga pembelian juga berbeda, pembelian produk di sales lebih mahal sedangkan yang dari distributor jauh lebih murah , tetapi pembelian di distributor ada biaya tambahan seperti biaya transportasi.

Didalam konsep ekonomi islam, yang ditegaskan oleh Ibnu Taimiyah , ia menyatakan bahwa naik dan turunnya harga tidak selalu di sebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasaran. Oleh karena itu jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun maka harga barang akan naik, begitu pula sebaliknya, kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tidak adil.

Jika harga itu sama nilainya dengan barang yang akan dibeli konsumen kemudian dilanjutkan dengan serah terima atau ijab qabul yang sah dan saling ridha meridhai , maka terjadilah keadilan harga dalam jual beli. Surah An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Pada ayat diatas sangat jelas bahwa Islam sangat menganjurkan perniagaan, tetapi Islam memberikan solusi dengan perniagaan yang berdasarkan suka sama suka diantara keudanya, supaya tidak terjadi kedzoliman diantara dua belah pihak. Dengan adanya ijab qabul dan kerelaan keduanya akan memudahkan untuk penjual dan pembeli bertransaksi.

Berdasarkan uraian diatas dapat peneliti simpulkan bahwa, dalam strategi penentuan harga Toko Arafah Cirebon tidak memiliki standar harga yang ditetapkan oleh mekanisme pasar, keuntungan yang diperoleh tidak terlalu tinggi dengan harga jualnya pun tidak terlalu tinggi, karena berusaha untuk memepertahankan pelanggan dan penjualan sehingga eksistensi Toko Arafah Cirebon tetap terjaga meskipun keuntungan yang diterima tidak terlalu tinggi.

Jadi dapat penulis simpulkan berdasarkan teori Ibnu Taimiyah bahwa strategi penetapan harga di Toko Arafah Cirebon sesuai dengan konsep ekonomi Islam. Hal ini dikarenakan konsep penetapan harga telah dijalankan dengan baik, dimana dalam konsep Islam tidak ada pembatasan untuk meraih

keuntungan , selagi tidak memberatkan pembeli dan dengan keadaan suka sama suka diantara keduanya.

KESIMPULAN

Setelah dilakukan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa penetapan harga Kebutuhan Pokok di Toko Arafah Cirebon, telah sesuai dengan konsep ekonomi Islam. Hal ini dikarenakan konsep penetapan harga telah dijalankan dengan baik, dimana dalam konsep Islam tidak ada pembatasan untuk meraih keuntungan , selagi tidak memberatkan pembeli dan dengan keadaan suka sama suka diantara keduanya.

Didalam konsep ekonomi islam, naik dan turunnya harga tidak selalu di sebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasaran. Oleh karena itu jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun maka harga barang akan naik, begitu pula sebaliknya, kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tidak adil.

Strategi penentuan harga Toko Arafah Cirebon tidak memiliki standar harga yang ditetapkan oleh mekanisme pasar, keuntungan yang diperoleh tidak terlalu tinggi dengan harga jualnya pun tidak terlalu tinggi, karena berusaha untuk memepertahankan pelanggan dan penjualan sehingga eksistensi Toko Arafah Cirebon tetap terjaga meskipun keuntungan yang diterima tidak terlalu tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M. P. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran (Cet.2)*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Gitosundarmo, I. (n.d.). *OP.Cit.*
- Irsad.Z. (2019). *Marketing Mix Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*.
- Karim, A. A. (2010a). *Ekonomi Mikro Islami*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Karim, A. A. (2010b). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Lubaba, Abu, et al. "Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis Usaha Selama Masa PPKM." *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 3.1 (2022): 57-67.
- Tim Reality. (2008). *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*. PT. Reality Publisher.