

BAB V

PEMBAHASAN

A. Mekanisme Penetapan Harga Komoditas Pokok Pada Pasar Wage

Tulungagung

Dalam bab ini akan disajikan beberapa uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian. Data - data diperoleh dari pengamatan wawancara mendalam serta dokumentasi sebagaimana telah peneliti deskripsikan pada analisis data kualitatif yang kemudian diidentifikasi agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Pengamatan wawancara telah dilaksanakan yaitu mengumpulkan data mengenai Mekanisme Penetapan Harga Komoditas Pokok Pada Pasar Wage Tulungagung.

Sesuai dengan data yang diperoleh harga memegang peranan penting dalam pemasaran baik itu bagi penjual maupun bagi pembeli.⁷⁸ Harga suatu produk haruslah menutupi biaya untuk produksi dan pemasaran barang tersebut. Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang dijual.⁷⁹

⁷⁸ Muslim, SKRIPSI, "Mekanisme Harga Menurut..... Hlm. 10

⁷⁹ Rozmizal, SKRIPSI. "*Mekanisme Penentuan Harga Jual Ayam Pedaging (Broiler) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*..... Hlm. 31

Mekanisme penetapan harga barang dagangan yang dibuat oleh para pedagang di Pasar Wage Tulunggaung berdasarkan:

1. *Going Rate Pricing* (Penetapan Harga Berdasarkan Harga Yang Berlaku)

Perusahaan mendasarkan harganya pada harga yang ditawarkan rata – rata pesaing dan kurang memperhatikan biaya dan permintaanya. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing utamanya. Itu yang berlaku di para pedagang pasar juga biasanya para pedagang menggunakan harga pasaran yang ada agar lebih adil diantara para pedagang lainnya, tetapi juga ada pedagang lain yang mempunyai harga tersendiri.

2. *Value Pricing*

Value Pricing adalah kebijakan harga yang kompetitif atas barang yang berkualitas tinggi. Dengan ungkapan *ono rego ono rupo*, artinya : barang yang baik pasti harganya mahal. Tidak hanya menggunakan teori yang diatas para pedagang juga menggunakan teori ini, yaitu mempunyai harga tersendiri karena kualitas yang tinggi. Biasanya para pedagang yang menggunakan teori ini sudah memperhitungkan banyak hal, karena harga yang mereka tetapkan lebih tinggi yang disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor tersebut bisa saja dari

kualitas barang, cara mendapatkannya, kelangkaan barang, banyaknya permintaan dan musiman.

Harga tidak berlaku tetap bisa berkurang dan bertambah, hal ini dikarenakan adanya Mekanisme pasar. Adanya permintaan dan penawaran. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan: *makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.* Sifat hubungan seperti itu disebabkan karena kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga.

Sebaliknya, apabila harga turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Permintaan pasar yang tinggi terhadap kebutuhan pokok mengakibatkan banyak konsumen yang harus pintar – pintar mencari bahan yang murah di pasar. Sementara kebutuhan terus berjalan setiap harinya untuk dikonsumsi, banyak juga konsumen yang mengeluh ke pedagang mengapa harganya terus naik. Apalagi ini sudah mendekati hari raya idul fitri atau ramadhan maka kebutuhan – kebutuhan pokok akan semakin naik dan langka.

Perubahan juga dipengaruhi oleh Penawaran, *hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa makin tinggi harga suatu barang,*

semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga suatu barang semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan. Jika harga kebutuhan pokok dipasar mengalami penurunan maka produsen akan mengurangi jumlah produksinya, jika harga kebutuhan pokok dipasar naik maka produsen akan menaikkan jumlah produksinya.

B. Apa Saja yang Mempengaruhi Penetapan Harga Komoditas Pokok pada Pasar Wage Tulungagung

Barang - barang yang dijual oleh pedagang bisa dikatakan sangatlah bervariasi, karena yang dijual adalah barang-barang kebutuhan pokok. Pedagang Pasar Wage dalam menetapkan harga sudah sesuai dengan standar dan hampir sama di antara pedagang lainnya. Kisaran harga yang ditawarkan hampir sama antar pedagang, meski ada beberapa pedagang yang mengambil kisaran harga lebih tinggi. Pada pedagang sayuran yaitu pada ibu sukarti, beliau berjualan sudah hampir 17 tahun sebagai pedagang sayuran, ibu sukarti mempunyai pendapatan sekitar Rp.100-200 ribu perharinya, ibu sukarti mengambil laba dari penjualan sekitar Rp.500, ibu memasarkan dagangannya dengan memberikan sayuran yang masih segar dan memberikan sedikit potongan harga ke pada pembeli.

Biasanya para pedagang dengan pembeli berusaha akrab dan mendekati kepada pembeli, memberikan potongan harga, dan menggap

pembeli sebagai keluarganya sendiri. Serta pedagang harus selalu aktif dengan pembeli dan harus selalu memenuhi selera pembeli. Tempat seringkali yang menjadi perhatian dari para calon pembeli yang khususnya pembeli yang ingin datang ke pasar tradisional. Beberapa pembeli memang sebagian tidak memperdulikannya, akan tetapi sebaliknya para pedagang pasar tradisional harus lebih memperhatikan. Karena itu adalah salah satu faktor kenyamanan para pembeli.

Jika pembeli merasa nyaman maka pembeli akan merasa senang dan pasti akan kembali lagi untuk berbelanja. Namun jika pedagang bersikap acuh dan tidak peduli maka pedagang sendiri yang akan merugi, karena pembeli merasa tidak nyaman dan itu pasti akan mengurangi pendapatan para pedagang sendiri. Pelayanan sistem pengawasan kualitas produk di pasar wage harus dibangun secara serius oleh seluruh pedagang pasar untuk menghilangkan kesan dari para calon pembeli seolah-olah akan tertipu kalau membeli barang di pasar wage. Disinilah perlunya para pedagang di pasar wage terus menjaga konsistensinya keramahan dan kecepatan dalam melayani konsumen.

Pelayanan yang berkualitas akan menjadi instrument transaksional dan promosional terbaik dan sekaligus termurah serta mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Selain faktor tempat terdapat beberapa faktor juga yang mempengaruhi penetapan harga.

Diantaranya seperti yang di katakan oleh Bapak Muallim, beliau mengatakan bahwa banyak faktor yang harus dipertimbangkan untuk

menetapkan harga. Faktor – faktor itu diantaranya tergantung dari banyaknya barang, banyaknya permintaan, biaya transport, biaya pemeliharaan, panjangnya rantai distribusi yang menyebabkan disetiap distribusi mengambil keuntungan dan harga akan naik. Selain faktor – faktor tersebut terdapat pula berbagai macam faktor menurut para pedagang lainya, karena setiap pedagang mempunyai pernyataan tersendiri tergantung barang daganganya juga. Beda barang dagangan maka faktor yang mempengaruhi juga akan berbeda. Penjelasan tersebut didasarkan pada faktor yang mempengaruhi penetapan harga menurut Stanton.

Prosedur dalam penetapan harga barang atau jasa, yang ditawarkan setiap perusahaan tidak menggunakan prosedur yang sama dalam penetapan harga dimana menurut Stanton bahwa penetapan harga meliputi 5 tahap, yaitu:

1. Mengestimasi permintaan barang tersebut pada tahap ini seharusnya produsen perlu membuat estimasi permintaan barang atau jasa yang dihasilkan secara total. Hal ini untuk lebih memudahkan dilakukan terhadap permintaan barang yang ada dibandingkan dengan permintaan barang baru. Pengestimasian tersebut dapat dilakukan dengan jalan:
Menentukan harga yang diharapkan (*expected price*),
Mengestimasi volume penjualan pada berbagai tingkat.
2. Mengetahui lebih dahulu reaksi dalam persaingan kebijaksanaan penentuan harga tentu harus memperhatikan

kondisi persaingan yang ada di pasar serta sumber-sumber penyebab lainnya. Adapun sumber-sumber persaingan yang ada dapat berasal dari : Barang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain, Barang pengganti (substitusi) , Barang lain yang dibuat oleh perusahaan lain yang sama-sama menginginkan uang konsumen.

3. Menentukan *market share* yang dapat diharapkan. Bagi perusahaan yang ingin bergerak dan maju lebih cepat tentu selalu mengharapkan *market share* yang lebih besar. Untuk mendapatkan *market share* yang lebih besar harus ditunjang oleh kegiatan promosi dan kegiatan lain dari persaingan non harga, disamping dengan penentuan harga tertentu. Usaha peningkatan *market share* yang diharapkan tersebut akan sangat dipengaruhi oleh kapasitas produksi yang ada, biaya ekspansi dan mudahnya memasuki persaingan.
4. Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar ada beberapa strategi harga yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target pasar yang sesuai yaitu: *Skim the cream pricing* (penetapan harga penyaringan). Kebijakan penetapan harga ini memiliki tujuan untuk menutupi biaya pengembangan dan promosi. *Penetration pricing* (penetapan harga penetrasi) Kebijakan penetapan harga ini bertujuan untuk mencapai

volume penjualan yang sebesar-besarnya dalam waktu relatif singkat.

5. Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan faktor lainnya harus dipertimbangkan dalam penentuan harga adalah mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dengan melihat barang, sistem distribusi dan program promosinya. Menurut Philip Kotler dan Amstrong yang dikutip oleh Marius mengatakan bahwa ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan dan menetapkan harga yaitu faktor lingkungan *internal* dan faktor lingkungan *eksternal*.

C. Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Komoditas

Pokok pada Pasar Wage Tulungagung

Islam sebagai agama memuat ajaran yang bersifat komprehensif dan universal. Komprehensif berarti syariah Islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ritual (ibadah) maupun sosial (muamalah). Ibadah diperlukan untuk menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan manusia dengan khaliqnya. Adapun muamalah di turunkan untuk menjadi aturan main manusia dalam kehidupan bermasyarakat.

Universal bermakna syariat Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat dalam sampai akhir kelak. Universal ini tampak jelas dalam muamalah. Selain mempunyai cakupan luas dan fleksibel,

muamalah tidak membedakan antara muslim dan non muslim. Dalam konsep ekonomi Islam penetapan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, dalam artinya tidak ada pihak yang terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya yaitu keadaan dimana salah satu pihak senang diatas kesedihan pihak lainnya.

Begitu pula yang diterapkan dalam penetapan harga barang dagangan oleh para pedagang pasar wage, mereka memberikan informasi yang lengkap tentang harga ada kenaikan harga, kualitas barang dagangan, kendala-kendala yang terjadi selama memperoleh barang dagangan. Para pedagang di pasar wage juga menjalankan sistem kejujuran, Di sini tidak ada unsur keterpaksaan dari pihak konsumen baik untuk membeli maupun untuk menyetujui harga yang ada di pasaran. Konsumen bebas untuk memilih membeli atau tidak. Para konsumen tidak merasa terbebani atau merasa terpaksa dengan harga yang di tentukan oleh para pedagang di pasar dengan kualitas dan pelayanan yang ramah dengan konsep kekeluargaan serta adanya proses tawar menawar.

Hal ini memang benar jika melihat hasil wawancara dengan beberapa pedagang. Mereka melakukan transaksi atas dasar kesepakatan harga kedua belah pihak dengan cara tawar menawar terlebih dahulu

hingga menemukan harga yang disepakati keduanya. . Harga yang beredar di pasaran adalah harga yang umum dan wajar.

Menurut Abu Yusuf mengenai mekanisme penentuan harga jual, yaitu Tidak ada batasan tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal tidak disebabkan oleh kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah.

Di zaman Ibnu Taimiyah bahwa kenaikan harga seringkali diakibatkan oleh ketidakadilan para pelaku pasar. Pandangan ini ditolak oleh Ibnu Taimiyah dengan mengungkapkan bahwa kenaikan harga tidak selamanya disebabkan *zulm* (ketidakadilan). Ada faktor lain yang mempengaruhinya yakni kekuatan pasar antara *supply* dan *demand* (penawaran dan permintaan).

Para pedagang di pasar *wage* bisa saja menaikkan harga barang dagangannya apabila harga dari pusatnya juga naik, karena ini harga di pasaran harga yang berlaku tidak tetap setiap harinya bisa berubah – ubah tergantung kondisi dan musiman suatu barang. Bisa saja para pedagang juga menurunkan harga ketika permintaan di pasar melemah semakin maraknya barang tersebut sehingga banyak pedagang yang banting harga, dari pada tidak laku sama sekali akhirnya harga jual barang diturunkan. Pedagang di pasar *wage* juga membedakan pembeli yang membeli barang

secara grosir dan eceran, apabila pembeli grosir nantinya harga akan miring yaitu lebih murah disbanding pembeli eceran.

Adanya harga yang adil telah menjadi pegangan mendasar dalam transaksi yang Islami. Keadilan ini diberikan antara produsen dan konsumen, produsen mendapat harga yang pantas atas produk yang dijualnya, sedangkan konsumen mendapat imbal balik dari uang yang mereka keluarkan yaitu kualitas produk yang sesuai dengan harganya.

Pada intinya baik antara produsen dan konsumen sama-sama mendapatkan imbal balik sesuai dengan apa yang dikeluarkan dan mereka inginkan tanpa ada yang dirugikan, di ikuti dengan konsep ekonomi Islam yaitu transaksi rela sama rela.

Dalam perspektif ekonomi islam ada beberapa aspek dalam penentuan harga jual suatu produk atau jasa, *pertama* tak seorang pun diperbolehkan menetapkan harga lebih tinggi atau lebih rendah ketimbang harga yang ada. Penetapan harga yang lebih tinggi akan menghasilkan eksploitasi atas kebutuhan penduduk dan penetapan harga yang lebih rendah akan merugikan penjual. *Kedua* Dalam segala kasus, pengawasan atas harga adalah tidak jujur. *Ketiga* Pengaturan harga selalu diperbolehkan. *Keempat* Penetapan harga hanya diperbolehkan dalam keadaan darurat. Ibn Taimiyah menjelaskan tiga keadaan dimana *price intervention* harus dilakukan :

1. Produsen tidak mau menjual barangnya kecuali pada harga yang lebih tinggi daripada regular market price, padahal

konsumen membutuhkan barang tersebut. Dalam keadaan ini pemerintah dipaksa untuk memaksa produsen agar mau menjual barangnya dan menentukan harga (price intervention) yang adil.

2. Produsen menawarkan pada harga yang terlalu tinggi menurut konsumen, sedangkan konsumen meminta pada harga yang terlalu rendah menurut produsen. Dalam keadaan ini pemerintah bisa menjadi mediator antara produsen dan konsumen, kemudian pemerintah harus mendorong kepada produsen dan konsumen untuk menentukan harga.
3. Pemilik jasa, misalnya tenaga kerja yang menolak bekerja kecuali pada harga yang lebih tinggi daripada harga pasar yang berlaku, sehingga pemerintah dapat melakukan intervensi dengan memaksa pemilik jasa untuk memberikan jasanya.

Dari beberapa cara penetapan suatu harga yang dilakukan oleh para pedagang pasar wage tersebut memang sudah sesuai dengan ketentuan Ekonomi Islam. Dan sebagian pedagang sudah menerapkan, dilihat dari segi harga para pedagang pasar wage tidak terlalu tinggi dalam mengambil keuntungan hanya sekitar Rp.500,- itu berarti sesuai dengan apa yang Islam ajarkan selama ini. Dilihat dari segi produksi, juga sudah memenuhi kriteria syariah diantaranya tidak menjual barang-barang yang diharamkan, seperti alkohol, daging babi, dan barang-barang haram lainnya.

Karena yang dijual oleh para pedagang hanya menjual kebutuhan-kebutuhan pokok sehari-hari yang di butuhkan oleh masyarakat, semisal sayuran-sayuran, buah-buahan, daging sapi, daging ayam dan kebutuhan sembako lainya.

Dari segi promosi juga para pedagang tidak menggunakan sistem iklan, seles atau membagi-bagikan brosur untuk menawarkan jualanya kepada pembeli. Para pedagang hanya melakukan promosi dengan cara bertatap muka langsung dan memberikan potongan harga kepada konsumen. Akan tetapi dalam pelaksanaanya beberapa pedagang lain yang masih melakukan tindakan yang mencerminkan perbuatan yang tidak baik, yaitu mencampurkan baranganya yang baik dengan kualitas yang biasa saja. Ini sangat jelas sangat merugikan para konsumen yang membeli barang tersebut, karena para pedagang sudah tidak jujur, demi untuk keuntunganya sendiri. Memang disisi lain, para pembeli senang, karena memperoleh barang yang banyak karena memperoleh bonus dan potongan harga. Tapi disamping itu juga, para konsumen akan merasa dirugikan bila kejadian tersebut dilakuan secara terus menerus.

Dalam hal ini sesuai dengan surat Q.S. An-Nisa': 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم

بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً

عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An-Nisa': 29).

Dalam surat diatas menerangkan bahwa orang yang beriman harus mendapatkan harta dan pendapatan harus dengan sesuai syariah islam salah satunya dengan berniaga yang mengedepankan kejelasan akadnya. Dengan adanya ketentuan secara ekonomi Islam, para pedagang diharapkan mampu menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dan sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW.