

**ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA PEDAGANG
PASAR TRADISIONAL DI DESA BELUI BERDASARKAN
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

YOLA EKA PUTRI

NIM: 2210402041

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

ISTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI

TAHUN 2026 M/ 1447 H

**ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA PEDAGANG
PASAR TRADISIONAL DI DESA BELUI BERDASARKAN
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Jurusan Ekonomi Syariah
Febi IAIN Kerinci

Oleh:

YOLA EKA PUTRI

NIM: 2210402041

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

K E R I N C I

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI


TAHUN 2026 M/ 1447 H

Drs. Bustami, MA
DOSEN FEBI IAIN KERINCI

Sungai Penuh, 27 Januari 2026
Dekan Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam IAIN Kerinci

di-

Sungai Penuh

AGENDA	
NOMOR :	09
TANGGAL :	11 FEBRUARI 2026
PARAF :	

NOTA DINAS

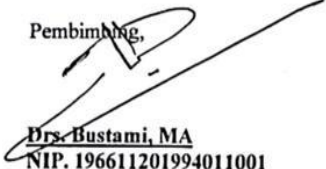
Assalamualaikum, Wr, Wb.

Dengan hormat, setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara: "YOLA EKA PUTRI, NIM 2210402041 yang berjudul ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI DESA BELUI BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM" telah dapat diajukan untuk dimunaqasah guna melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci. Maka dengan ini kami ajukan skripsi tersebut, kiranya diterima dengan baik.

Demikianlah kami ucapkan terima kasih, semoga bermanfaat bagi kepentingan agama. Bangsa dan negara.

Wassalamuaikum, Wr. Wb.

Pembimbing,


Drs. Bustami, MA
NIP. 196611201994011001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Elita IV Kota Sungai Penuh Fax. (0748) – 22114 Telp. 0748 – 21065
Pos 37112 Website: www.iainkerinci.ac.id e-mail : info@iainkerinci.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan oleh sidang Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci pada hari Jumat tanggal 06 Maret 2026 ,dan telah diterima sebagai bagian dari syarat- syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

Sungai Penuh,

2026

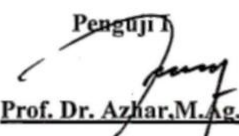
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

Ketua Sidang / Pembimbing


Drs. Bustami, MA

NIP. 196611201994011001

Penguji I


Prof. Dr. Azhar, M.Ag.

NIP: 196008041993031003

Penguji II


Dr. Elex Sarmigi, M.Si

NIP: 199304022019031006

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yola Eka Putri
NIM : 2210402041
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Alamat : Desa Simpang Belui, Kec, Depati Tujuh, Kab Kerinci

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI DESA BELUI BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”** murni merupakan gagasan dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing. Didalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan nama pengarangnya serta dicantumkan dalam daftar rujukan.

Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan ketidakbenaran pernyataan ini, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Sungai Penuh, 27 Januari 2026

Yang Menyatakan,



Yola Eka Putri

NIM: 2210402041

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya tercinta, Ayah dan Ibu, yang senantiasa melimpahkan doa, cinta, dan pengorbanan tanpa batas. Dukungan dan ketulusan kalian menjadi sumber kekuatan terbesar dalam setiap langkah perjalanan hidup dan pendidikan saya.

Kepada dosen pembimbing, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesabaran, bimbingan, arahan, serta ilmu yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Kepada keluarga dan saudara-saudaraku, terima kasih atas doa, dukungan moral, serta semangat pantang menyerah yang selalu menguatkan saya dalam menghadapi berbagai tantangan.

Dan terakhir, kepada diri saya sendiri, terima kasih atas keberanian untuk terus melangkah, atas ketakutan yang berhasil dihadapi, serta atas keteguhan untuk bertahan dan berusaha dalam segala keterbatasan dan kelebihan yang dimiliki.

MOTTO

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﴾

“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: al-Nisa“/ 4:29)

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya. Barang siapa yang diberi petunjuk oleh ALLAH SWT, maka tak seorang pun dapat menyesatkannya dan barang siapa disesatkan oleh-Nya maka tak seorang pun dapat memberi petunjuk kepadanya. Sholawat serta salam semoga dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. keluarga, sahabat, juga pada orang-orang yang senantiasa mengikuti sunnah-sunnahnya.

Dengan rahmat dan pertolongan-Nya Alhamdulillah Skripsi yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI DESA BELUI BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”** ini dapat di selesaikan dengan baik. Penulis Menyadari akan adanya berbagai keterbatasan dan kesulitan-kesulitan dalam penulisan Skripsi ini, penulis berkeyakinan bahwa Skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan karenanya memerlukan penyempurnaan. Atas dasar inilah, dengan tangan terbuka dan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang positif dan membangun dari pembaca guna penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.

Kepada berbagai pihak yang telah membantu penulisan dalam dalam menyusun skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Teruntuk Ayahanda Helmi Edisar dan Ibunda Yenni Susana, terima kasih atas doa yang tak pernah terputus, atas cinta yang tak pernah berkurang, dan atas pengorbanan yang tak mampu terbalaskan.
2. Abang tercinta Aldi Heliandra dan Aris Sefrisal yang selalu memberikan semangat tak terhingga.
3. Bapak Dr. Jafar Ahmad, S.Ag., M.Si dan Wakil Rektor I Bapak Dr. Faizin, M.Ag., S.Ag., Wakil Rektor II Bapak Prof. Dr. Ahmad Jamin, M. Ag, Wakil Rektor III Bapak Dr. Halil Khusairi, M.ag IAIN Kerinci yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan semua kelengkapan baik administrasi hingga berbagai fasilitas dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Yuserizal Bustami, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci, Ibuk Dr. Zufriani, M.HI. selaku Wakil Dekan I, Bapak Aridem Vintoni, M.Pd selaku Wakil Dekan II, dan Ibuk Syamsarina, Lc, M.A. selaku Wakil Dekan III.
5. Bapak Alek Wissalam Bustami, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama ini.
6. Bapak Drs. Bustami, MA selaku Pembimbing yang sangat banyak memberikan bantuan baik berupa waktu, saran, dukungan moril dan ilmu yang bermanfaat selama penulisan skripsi ini.
7. Bapak Alek Wissalam Bustami, M.E.Sy selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan dan masukan terkait perkuliahan dengan baik dan tepat waktu.

8. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci yang telah banyak membantu mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama mata perkuliahan.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan Lesa Dara Sefdina, Susi Ardila, Wenis Nadila, Suhaibatul Asri yang ku ajak bertukar bertukar pikiran bersenda gurau untuk menghilangkan rasa jenuh, semoga Ridho Allah SWT dan kesuksesan selalu menyertai kita. *Aamiin ya rabbal'alamin.*
10. Teruntuk diri sendiri, terima kasih telah bertahan dan tidak menyerah meski sering merasa lelah dan ragu. Terima kasih karena telah belajar mengesampingkan ego dan melawan rasa jenuh, serta tetap memilih menyelesaikan apa yang telah dimulai. Pelan-pelan, konsisten, dan penuh keyakinan hingga akhirnya sampai di titik ini
11. Semua Pihak yang belum tertulis Namanya, terima kasih segala bantuan dan doanya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dan atas bantuan serta bimbingan semua pihak, penulis iringi doa semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal. Amiin Akhirnya kepada Allah SWT penulis berserah diri dan mohon ampun atas kekhilafan serta mendapat perlindungan-Nya di dunia dan akhirat.

Penulis

YOLA EKA PUTRI

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI DESA BELUI BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Oleh:

YOLA EKA PUTRI

NIM: 2210402041

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penetapan harga yang diterapkan oleh pedagang Pasar Tradisional Desa Belui, Kecamatan Depati Tujuh, Kabupaten Kerinci, serta faktor-faktor yang memengaruhinya dan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Pasar tradisional memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat pedesaan, terutama sebagai sarana distribusi kebutuhan pokok dan sumber pendapatan masyarakat kecil. Namun, dalam praktiknya masih terdapat perbedaan harga antar pedagang untuk barang sejenis, sehingga perlu dikaji strategi penetapan harga yang digunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap empat orang pedagang sayur yang menjual komoditas yang sama, seperti cabai, tomat, kol, dan wortel. Teknik pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang diterapkan pedagang meliputi strategi biaya plus (*cost-plus pricing*) dan strategi berbasis persaingan (*competitive pricing*). Faktor-faktor yang memengaruhi penetapan harga antara lain biaya perolehan barang, kualitas dan ketersediaan barang, kondisi persaingan, permintaan konsumen, faktor musiman, serta hubungan sosial antara pedagang dan pembeli. Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, strategi penetapan harga yang diterapkan pedagang pada umumnya telah sesuai dengan prinsip kerelaan, kejujuran, persaingan sehat, keterbukaan, dan keadilan, serta tidak ditemukan praktik yang bertentangan dengan nilai-nilai ekonomi Islam.

Kata Kunci: Strategi Penetapan Harga, Pasar Tradisional, Ekonomi Islam, Pedagang Sayur.

ABSTRACT

ANALYSIS OF PRICE DETERMINATION STRATEGIES OF TRADITIONAL MARKET TRADERS IN BELUI VILLAGE BASED ON THE ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE

YOLA EKA PUTRI
Student ID: 2210402041

This study aims to analyze the pricing strategies applied by traders at the Traditional Market of Belui Village, Depati Tujuh District, Kerinci Regency, as well as the factors influencing these strategies and their conformity with the principles of Islamic economics. Traditional markets play an important role in the rural economy, particularly as a distribution channel for basic necessities and a source of income for small-scale traders. However, in practice, there are price differences among traders for similar goods, which makes it necessary to examine the pricing strategies used. This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving four vegetable traders selling similar commodities such as chili, tomatoes, cabbage, and carrots. Informants were selected using purposive sampling techniques. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results indicate that the pricing strategies applied by traders include cost-plus pricing and competitive pricing strategies. Factors influencing price determination include the cost of goods, product quality and availability, market competition, consumer demand, seasonal factors, and social relationships between traders and buyers. From the perspective of Islamic economics, the pricing strategies implemented by traders are generally in accordance with the principles of mutual consent, honesty, fair competition, transparency, and justice, and no practices were found that contradict Islamic economic values.

Keywords: Pricing Strategy, Traditional Market, Islamic Economics, Vegetable Traders.

DAFTAR ISI

NOTA DINAS	ii
PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.3. Rumusan Masalah.....	8
1.5. Tujuan penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Pasar Tradisional	11
2.2. Harga	14
2.3 Penetapan Harga.....	16
2.4. Strategi Penetapan Harga	20
2.5. Faktor Yang Memengaruhi Strategi Penetapan Harga	22

2.6. Strategi Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam	27
2.7. Prinsip Dasar Ekonomi Islam Dalam Penetapan Harga	29
2.8. Penelitian Terdahulu	33
2.9. Kerangka Konseptual	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Jenis Penelitian	37
3.2. Lokasi Dan Subjek Penelitian	37
3.3. Jenis Dan Sumber Data	39
3.4. Teknik Pengumpulan Data	40
3.5. Teknik Analisis Data	41
3.6. Uji Keabsahan Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44
4.2. Hasil Penelitian	47
4.3. Pembahasan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik informan.....	46
---------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual..... 33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara.....	70
Lampiran 2: Dokumentasi.....	72
Lampiran 3: Sk Pembimbing.....	76
Lampiran 4: Surat Permohonan Izin Penelitian.....	77
Lampiran 5: Surat Rekomendasi Izin Penelitian.....	78



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pasar tradisional merupakan salah satu elemen penting dalam sistem ekonomi masyarakat, terutama di wilayah pedesaan. fungsi pasar tidak hanya sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga sebagai sarana sosial yang mempertemukan masyarakat dalam kegiatan ekonomi sehari-hari. (Sari 2022).

Pasar tradisional berperan penting dalam menggerakkan ekonomi lokal karena menjadi wadah distribusi barang kebutuhan pokok dan sumber pendapatan bagi masyarakat kecil. pasar tradisional tidak hanya menjadi tempat jual beli barang, tetapi juga memiliki fungsi sosial sebagai ruang interaksi masyarakat. melalui pasar, masyarakat dapat memenuhi kebutuhan sehari hari dengan harga yang relatif terjangkau sekaligus memberikan peluang usaha bagi pedagang lokal. (Tambunan, 2020).

Dengan demikian, pasar tradisional berperan penting dalam memperkuat perekonomian rakyat kecil karena melibatkan langsung produsen, pedagang, dan konsumen dalam satu ekosistem yang saling terkait.

Pasar tradisional di desa belui yang berdiri sejak tahun 2020 dan telah mulai berkembang pesat sebagai salah satu pusat perekonomian masyarakat desa. pasar tradisional di desa menjadi tempat bertemunya pedagang lokal dengan konsumen yang sebagian berasal dari desa belui dan desa sekitar. barang yang di perdagangan cukup beragam mulai dari kebutuhan pokok

seperti sayur, cabai, ikan, tomat, kol, ayam, daging buah buahan, hingga hasil bumi yang di produksi masyarakat. dalam pasar tradisional di desa belui sistem jual beli di pasar ini masih menggunakan pola tradisional, yaitu adanya proses tawar menawar harga secara langsung penjual dan pembeli.

Perdagangan merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat. dalam ajaran Islam, aktivitas perdagangan sangat dianjurkan karena tidak hanya memberikan keuntungan secara materi, tetapi juga membuka pintu rezeki yang luas. Rasulullah SAW menegaskan bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki berasal dari perdagangan. hal ini menunjukkan betapa besar nilai perdagangan dalam mendukung kesejahteraan umat. (Assauri, 2014).

Dalam perspektif Islam, penetapan harga tidak hanya menyangkut aspek ekonomi, tetapi juga memiliki dimensi moral dan spiritual. Islam menekankan prinsip suka sama suka sebagai landasan transaksi yang adil dan transparan. Rasulullah SAW bersabda:

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: al-Nisa’/ 4:29).*

Berdasarkan ayat di atas dengan tegas melarang orang memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan batil, artinya tidak ada haknya. memakan harta sendiri dengan jalan batil ialah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat.

Rasulullah SAW juga menegaskan bahwa pedagang yang jujur dan amanah akan mendapatkan kedudukan mulia bersama para nabi, orang-orang shiddiq, dan para syuhada **(HR. Tirmidzi no. 1209)**.

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّدِيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Artinya; *“Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada”* **(HR. Tirmidzi, no. 1209)**.

Hadis di atas menekankan bahwa keutamaan sifat jujur dan amanah dalam aktivitas berdagang. pedagang yang senantiasa menjaga kedua sifat tersebut tidak hanya memperoleh keberkahan dalam usahanya, tetapi juga akan mendapatkan kedudukan yang tinggi di sisi Allah SWT.

Dalam dunia bisnis, keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh modal dan produk, tetapi juga di tentukan oleh strategi yang diterapkan. Menurut David (2017), strategi adalah rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. dalam konteks pemasaran, strategi merupakan cara pelaku usaha untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, serta menghadapi persaingan di pasar (Tjiptono, 2015).

Salah satu bentuk strategi pemasaran yang sangat penting adalah strategi penetapan harga (*pricing strategy*). Kotler dan Armstrong (2016)

menjelaskan bahwa harga merupakan elemen paling fleksibel dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) karena dapat dengan cepat disesuaikan dengan kondisi pasar. Sementara Assauri (2014) menegaskan bahwa strategi penetapan harga tidak hanya menentukan nilai jual suatu produk, tetapi juga mencerminkan kebijakan bisnis yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan serta memperkuat posisi bersaing di pasar.

Penetapan harga merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan kegiatan pemasaran. bagi pedagang pasar tradisional, strategi harga berperan besar dalam menarik minat konsumen, mempertahankan pelanggan, dan bersaing dengan pedagang lain. Namun, dalam praktiknya masih banyak pedagang yang menentukan harga secara spontan tanpa perhitungan yang matang. oleh karena itu, pemahaman terhadap strategi penetapan harga menjadi penting agar pedagang dapat menentukan harga yang sesuai dengan kondisi pasar dan prinsip ekonomi Islam.

Menurut Yulianadewi dan Sianipar (2024), terdapat 6 (enam) strategi utama dalam penetapan harga, yaitu:

1. Strategi Biaya Plus (*Cost-Plus Pricing*) menetapkan harga berdasarkan total biaya produksi ditambah margin keuntungan tertentu.
2. Strategi Berbasis Persaingan (*Competitive Pricing*) menyesuaikan harga dengan harga pesaing agar produk tetap kompetitif di pasar.
3. Strategi Penetrasi (*Penetration Pricing*) menetapkan harga rendah pada awal peluncuran untuk menarik konsumen dan memperluas pangsa pasar.

4. Strategi *Skimming (Price Skimming)* menetapkan harga tinggi pada awal peluncuran produk untuk memperoleh laba maksimal sebelum menurunkannya secara bertahap.
5. Strategi Berbasis Nilai (*Value-Based Pricing*) menentukan harga berdasarkan nilai atau manfaat yang dirasakan oleh konsumen, bukan hanya biaya produksi.
6. Strategi *Bundling (Bundle Pricing)* menjual dua atau lebih produk dalam satu paket dengan harga yang lebih menarik dibandingkan pembelian terpisah.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti di Pasar Tradisional Desa Belui, diperoleh gambaran awal mengenai praktik strategi penetapan harga yang diterapkan oleh para pedagang. Observasi dilakukan melalui pengamatan langsung di lapangan serta wawancara singkat dengan beberapa pedagang sayur sebagai informan awal.

Hasil wawancara awal menunjukkan bahwa dalam menetapkan harga jual, sebagian pedagang belum menggunakan perhitungan biaya secara rinci, penentuan harga umumnya dilakukan berdasarkan kebiasaan berdagang sehari-hari serta menyesuaikan dengan kondisi pasar pada saat itu. selain itu, beberapa pedagang menyatakan bahwa harga jual sering kali mengikuti harga yang ditetapkan oleh pedagang lain yang menjual barang sejenis, agar tetap dapat bersaing dan mempertahankan minat konsumen.

Temuan awal tersebut juga menunjukkan adanya perbedaan harga antar pedagang untuk komoditas yang sama, meskipun kualitas barang

relatif serupa. perbedaan harga ini diduga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti jumlah modal, perbedaan biaya perolehan barang, kondisi persaingan, jumlah stok, serta hubungan sosial antara pedagang dan pembeli. namun demikian, sejauh pengamatan awal, belum dapat diketahui secara pasti strategi penetapan harga yang diterapkan oleh para pedagang, faktor faktor yang memengaruhi maupun kesesuaiannya dengan perspektif ekonomi Islam.

Oleh karena itu, berdasarkan hasil wawancara dan observasi awal ini, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis secara mendalam strategi penetapan harga yang diterapkan oleh pedagang Pasar Tradisional Desa Belui, faktor-faktor yang memengaruhi, serta bagaimana kesesuaian praktik tersebut dengan prinsip keadilan, kejujuran, dan kerelaan dalam perspektif ekonomi Islam.

Beberapa penelitian sebelumnya juga telah meneliti strategi penetapan harga di pasar tradisional. Feni Slamet Riyanty (2022) menemukan bahwa pedagang sembako di Pasar Jatilawang menetapkan harga berdasarkan mekanisme pasar dan telah sesuai dengan prinsip keadilan dalam Islam. Andi Makkulau (2023) menjelaskan bahwa pedagang sayur di Pasar Kariango menggunakan berbagai strategi seperti *cost-plus pricing* dan *competition-based pricing* yang dipengaruhi oleh biaya dan tingkat persaingan. Sementara itu, Lupita Maulana Sari (2024) menyatakan bahwa pedagang buah di Pasar Seputih Raman menentukan harga berdasarkan kualitas dan harga pasar dengan memperhatikan etika bisnis

Islam. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus mengkaji strategi penetapan harga pedagang di pasar tradisional wilayah pedesaan seperti Desa Belui berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut.

Berdasarkan uraian teoritis serta hasil observasi dan wawancara awal yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa praktik penetapan harga pedagang di Pasar Tradisional Desa Belui menunjukkan adanya variasi strategi yang digunakan oleh masing-masing pedagang. Penetapan harga tidak hanya dipengaruhi oleh aspek biaya, tetapi juga oleh kondisi persaingan, permintaan konsumen, ketersediaan barang, serta hubungan sosial antara pedagang dan pembeli. Namun demikian, berdasarkan pengamatan awal, belum dapat diketahui secara jelas strategi penetapan harga yang digunakan oleh para pedagang, faktor-faktor dominan yang memengaruhinya, serta bagaimana kesesuaian praktik tersebut dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk melakukan kajian yang lebih mendalam mengenai strategi penetapan harga pedagang Pasar Tradisional di Desa Belui. Penelitian ini penting untuk memahami praktik strategi penetapan harga yang terjadi di lapangan, sekaligus menilai kesesuaiannya dengan nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan kerelaan sebagaimana yang diajarkan dalam ekonomi Islam. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan mengangkat judul “**Analisis Strategi**

Penetapan Harga Pedagang Pasar Tradisional di Desa Belui Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam.”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Adanya perbedaan harga antar pedagang untuk barang sejenis di pasar tradisional desa belui.
2. Strategi penetapan harga yang diterapkan oleh para pedagang di Pasar Tradisional Desa Belui masih belum diketahui secara jelas.
3. Belum diketahui dengan jelas apakah strategi penetapan harga tersebut telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan tidak terlalu luas, penelitian ini dibatasi pada 4 (orang) pedagang sayur di pasar Tradisional desa belui yang menjual barang yang sama seperti cabai, tomat, kol, wortel dengan strategi harga yang berbeda. Penelitian ini berfokus pada strategi penetapan harga yang digunakan oleh pedagang di Pasar Tradisional Desa Belui berdasarkan perspektif ekonomi Islam.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi penetapan harga yang di terapkan oleh pedagang pasar tradisional di desa belui?

2. Apa saja faktor faktor yang mempengaruhi strategi penetapan harga pedagang di pasar tradisional di desa belui?
3. Bagaimana kesesuaian strategi penetapan harga pedagang dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam?

1.5. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi penetapan harga yang di terapkan pedagang pasar tradisional di desa belui.
2. Untuk mengidentifikasi faktor faktor yang mempengaruhi strategi penetapan harga pedagang.
3. Untuk menganalisis kesesuaian strategi penetapan harga dengan prinsip prinsip ekonomi Islam.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan bagi pembaca atau penelitian khususnya mengenai analisis strategi penetapan harga pasar tradisional di desa belui dalam perspektif ekonomi Islam.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis berupa gambaran dan pemahaman bagi pedagang pasar tradisional di Desa Belui

mengenai praktik penetapan harga barang atau jasa yang ditinjau berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pasar Tradisional

2.1.1 Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung untuk melakukan transaksi barang dan jasa, terutama kebutuhan pokok masyarakat. ciri utama pasar tradisional adalah adanya proses tawar-menawar harga, suasana perdagangan yang bersifat sosial dan kekeluargaan, serta melibatkan pelaku usaha kecil dan menengah. (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2015)

Pasar tradisional umumnya dikelola oleh pemerintah daerah atau swasta, dengan bentuk fisik berupa kios, los, atau lapak, dan menjadi bagian penting dari sistem distribusi barang di dalam negeri. selain berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi, pasar tradisional juga memiliki fungsi sosial, yaitu memperkuat interaksi antar anggota masyarakat dan menjaga keberlangsungan budaya lokal dalam kegiatan perdagangan.

Pasar tradisional adalah lokasi atau tempat bertemunya penjual dan pembeli di mana terjadi tawar-menawar harga atas barang-barang yang di jual yang biasanya merupakan barang kebutuhan sehari hari, hasil pertanian, hasil laut. pasar tradisional adalah pasar yang dalam pelaksanaannya masih tradisional yang secara langsung penjual dan pembeli dapat berinteraksi sepenuhnya. (Tambunan 2015)

Sejalan dengan itu, Ketjil dan Masinambow (2022) juga menegaskan bahwa pasar tradisional berperan penting dalam mempertemukan pedagang dan pembeli secara langsung, serta menjadi wadah kegiatan ekonomi masyarakat kecil yang bersifat inklusif dan terbuka.

Pasar tradisional memiliki karakteristik yang berbeda dengan pasar modern, terutama dalam sistem transaksi, pengelolaan, serta hubungan antara penjual dan pembeli. Dalam pasar tradisional, proses jual beli biasanya dilakukan secara langsung dan masih menggunakan cara yang sederhana adapun ciri ciri pasar tradisional menurut (Sukirno,2018). Yaitu:

- 1) Adanya proses tawar-menawar antara penjual dan pembeli.
- 2) Interaksi langsung antara penjual dan pembeli dalam proses transaksi.
- 3) Pengelolaan pasar yang masih bersifat sederhana.
- 4) Fasilitas pasar yang relatif terbatas.
- 5) Sebagian besar pedagang merupakan usaha kecil atau pedagang tradisional.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang melakukan transaksi secara langsung melalui proses tawar-menawar. pasar tradisional tidak hanya menjadi sarana jual beli, tetapi juga berperan penting dalam menggerakkan perekonomian masyarakat kecil serta menjadi wadah interaksi sosial.

2.1.2 Pasar Modern

Pasar modern merupakan salah satu bentuk perkembangan sistem perdagangan yang muncul seiring dengan kemajuan teknologi, sistem manajemen bisnis, serta perubahan perilaku konsumen dalam melakukan aktivitas berbelanja. Pasar modern umumnya dikelola secara profesional dengan sistem manajemen yang lebih terorganisir dibandingkan dengan pasar tradisional. Selain itu, pasar modern biasanya menggunakan sistem pelayanan mandiri (*self-service*), di mana konsumen dapat memilih dan mengambil barang yang diinginkan secara langsung sebelum melakukan pembayaran di kasir.

Menurut Christina Whidya Utami, pasar modern merupakan bentuk usaha ritel yang menyediakan berbagai jenis barang kebutuhan konsumen dengan sistem pelayanan mandiri dan dikelola menggunakan manajemen ritel modern sehingga mampu memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dalam berbelanja (Utami, 2019).

Selanjutnya, Philip Kotler dan Kevin Lane Keller menjelaskan bahwa pasar modern merupakan tempat berlangsungnya aktivitas jual beli yang dikelola secara profesional dengan menggunakan sistem manajemen pemasaran modern serta teknologi yang mendukung efisiensi dan kenyamanan konsumen dalam berbelanja (Kotler & Keller, 2019). Secara umum, ciri-ciri pasar modern antara lain sebagai berikut:

- 1) Menggunakan sistem pelayanan mandiri (*self-service*).
- 2) Harga barang telah tercantum secara jelas sehingga tidak terjadi proses tawar-menawar.

- 3) Penataan produk dilakukan secara rapi dan teratur untuk memudahkan konsumen.
- 4) Pengelolaan pasar dilakukan secara profesional dengan sistem manajemen modern.
- 5) Memiliki fasilitas yang lebih lengkap seperti pendingin ruangan, keranjang atau troli belanja, serta area parkir yang memadai.
- 6) Menggunakan sistem pembayaran yang sudah terkomputerisasi.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa pasar modern merupakan tempat atau lembaga perdagangan yang dikelola secara profesional dengan menggunakan sistem pelayanan mandiri, harga yang tercantum secara jelas, serta didukung oleh manajemen dan teknologi modern untuk mempermudah proses transaksi antara penjual dan pembeli

2.2. Harga

2.2.1 Pengertian Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen kepada penjual sebagai imbalan atas barang atau jasa yang diperoleh. harga mencerminkan nilai suatu produk yang ditetapkan oleh penjual dan menjadi alat tukar agar konsumen dapat memperoleh manfaat dari produk tersebut. dalam kegiatan jual beli, harga ditentukan oleh penjual dengan tujuan memperoleh keuntungan, sedangkan konsumen bersedia membayar harga tersebut untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya. (Alma, 2016).

Menurut Kotler dan Amstrong (2016) harga adalah sejumlah uang yang di Keluarkan untuk sebuah produk atau jasa, Atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh Konsumen untuk memperoleh manfaat atau

Harga memiliki peran yang sangat penting dalam manajemen pemasaran dan merupakan salah satu variabel bauran pemasaran yang paling fleksibel. (Assauri,2014:223), mencatat bahwa harga menjadi satu satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan penerimaan penjualan, sementara unsur lainnya lebih bersifat sebagai biaya. (Menurut (Indrasari, 2019), harga dapat dianggap sebagai nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah. dalam konteks situasional yang berbeda, harga diinterpretasikan sebagai jumlah yang harus dibayarkan oleh pembeli. dalam konteks ini, harga menjadi cara bagi penjual untuk membedakan tawarannya dari pesaing-pesaingnya. oleh karena itu, penetapan harga dapat dianggap sebagai bagian dari fungsi *differensiasi* barang dalam strategi pemasaran.

Menurut Kotler & Amstrong, (2012), harga dapat dijelaskan sebagai sejumlah uang yang dibebankan atas suatu jasa, atau jumlah nilai tukar pelanggan atas mamfaat mamfaat yang di peroleh dalam menggunakan jasa tersebut yang di bayarkan oleh pelanggan. jasa dapat memiliki keterkaitan dengan fisik, namun juga dapat berdiri sendiri tanpa ketergantungan pada suatu objek fisik. harga, sebagai elemen bauran pemasaran, memiliki sifat fleksibel, yang berarti dapat diubah dengan cepat. ini berbeda dengan karakteristik jasa atau keterikatan terhadap saluran distribusi. kedua aspek

terakhir tersebut sulit untuk diubah atau disesuaikan dengan mudah dan cepat karena umumnya melibatkan keputusan jangka panjang (Tjiptono, 2019).

Berdasarkan penjelasan di atas Dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dinyatakan dalam bentuk mata uang rupiah, digunakan untuk pertukaran atau transaksi, atau sebagai jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh barang dan jasa.

2.3 Penetapan Harga

2.3.1 Pengertian Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan proses menentukan nilai jual suatu barang atau jasa berdasarkan pertimbangan tertentu agar menghasilkan keuntungan bagi penjual dan memberikan nilai yang wajar bagi pembeli. Menurut Kotler dan Armstrong (2016), penetapan harga adalah suatu proses penentuan nilai tukar barang atau jasa yang dapat diterima oleh konsumen dan mampu mendukung tujuan organisasi.

Dalam kegiatan perdagangan, penetapan harga menjadi salah satu elemen penting karena harga merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Pedagang harus mempertimbangkan berbagai aspek seperti biaya, permintaan, kondisi pasar, dan perilaku pesaing. Bagi pedagang pasar tradisional.

Penetapan harga bersifat dinamis dan fleksibel. Harga dapat berubah sewaktu-waktu tergantung pada kondisi pasar, stok barang, dan tingkat permintaan masyarakat. Oleh karena itu, kemampuan pedagang dalam

menyusun strategi harga menjadi faktor penting dalam menjaga kestabilan penjualan.

2.3.2. Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga bervariasi sesuai dengan strategi dan prioritas perusahaan. Beberapa tujuan umumnya mencakup maksimalisasi laba, menjaga atau meningkatkan pangsa pasar dengan harga yang kompetitif, masuk ke pasar baru atau memperluas basis pelanggan melalui harga rendah, menerapkan strategi *skimming* dengan menetapkan harga tinggi untuk jasa inovatif, memastikan kelangsungan operasional perusahaan, menggunakan harga sebagai alat untuk mengatasi persaingan dengan harga bersaing, mempertimbangkan aspek etika dan tanggung jawab sosial dalam menetapkan harga yang wajar, serta menggunakan harga untuk membentuk persepsi pelanggan terhadap merek, seperti menciptakan citra produk atau merek sebagai barang mewah atau berkualitas tinggi.

Tujuan penetapan harga ini mencerminkan berbagai strategi yang dapat membantu sebuah jasa untuk mencapai keberhasilan. Penetapan harga dalam setiap perusahaan bervariasi sesuai dengan tujuan dan kepentingannya masing-masing. Menurut Indrasari, (2019:41), tujuan dalam penetapan harga mencakup aspek-aspek berikut:

1. laba maksimum:

Penentuan harga melibatkan penjual dan pembeli, dan daya beli harga yang lebih tinggi. Konsumen memengaruhi kemungkinan penjual untuk menetapkan.

2. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih:

Harga yang dicapai dalam penjualan diarahkan untuk mengembalikan investasi secara berangsur. Dana untuk pengembalian investasi hanya dapat diambil dari laba perusahaan, yang hanya dapat diperoleh jika harga jual melebihi biaya sebelumnya.

3. Mencegah atau mengurangi persaingan:

Kebijakan harga dapat diterapkan sebagai sarana untuk menekan atau membatasi tingkat persaingan, khususnya ketika para penjual menetapkan harga produk yang relatif seragam. Namun demikian, persaingan tetap dapat muncul meskipun tidak berkaitan langsung dengan penerapan kebijakan harga.

4. Mempertahankan dan memperbaiki *market share*:

Dalam kondisi tersebut, harga berperan sebagai elemen yang sangat menentukan bagi perusahaan berskala kecil yang memiliki keterbatasan sumber daya, sehingga strategi penetapan harga umumnya difokuskan untuk menjaga pangsa pasar, terutama dalam situasi persaingan yang ketat di mana perbaikan *market share* kurang diutamakan.

2.3.3 Metode Penetapan Harga.

Setelah perusahaan menetapkan tujuan yang ingin dicapai, langkah berikutnya adalah menentukan metode yang digunakan dalam

penetapan harga. Secara umum, metode penetapan harga dapat diklasifikasikan ke dalam empat kelompok utama, yaitu:

1. Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Metode penetapan harga berbasis permintaan menitikberatkan pada perilaku konsumen serta faktor-faktor yang memengaruhi selera dan preferensi pelanggan terhadap permintaan produk. Pendekatan ini lebih memprioritaskan aspek permintaan dibandingkan pertimbangan biaya, tingkat laba, maupun kondisi persaingan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penerapan metode ini antara lain daya beli konsumen serta posisi produk dalam gaya hidup pelanggan, jenis dan segmen pasar, posisi produk dipasar, manfaat atau benefit produk, serta tingkat potensial pasar.

2. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Pada metode ini, unsur yang paling menentukan adalah sisi penawaran atau biaya, bukan permintaan pasar. Penetapan harga dilakukan dengan menghitung seluruh biaya produksi dan pemasaran, kemudian menambahkan margin tertentu agar dapat menutup biaya langsung, biaya tidak langsung (*overhead*), serta menghasilkan keuntungan.

3. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran dalam menentukan harga. Penetapan harga dilakukan dengan berorientasi pada target laba tertentu, baik yang

ditetapkan dalam jumlah nominal maupun dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi.

4. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Selain mempertimbangkan biaya, permintaan, dan laba, harga juga dapat ditentukan dengan memperhatikan kondisi persaingan di pasar, yaitu strategi harga yang diterapkan oleh pesaing. Metode penetapan harga berbasis persaingan meliputi beberapa bentuk, antara lain *customary pricing*, penetapan harga di atas, sama dengan, atau di bawah harga pasar, *loss leader pricing*, serta *esbid pricing*.

2.4. Strategi Penetapan Harga

2.4.1 Pengertian Strategi Penetapan Harga

Strategi penetapan harga merupakan pendekatan yang digunakan pedagang dalam menentukan harga jual barang agar dapat menarik pembeli dan memperoleh keuntungan yang wajar. Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi harga adalah seni dan ilmu dalam menentukan harga yang mampu mencerminkan nilai suatu produk di mata konsumen sekaligus mendukung tujuan usaha.

Menurut Assauri (2014), strategi penetapan harga harus mempertimbangkan kondisi pasar, biaya produksi, serta nilai yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga merupakan suatu pendekatan sistematis dalam menentukan harga produk atau jasa, dengan

mempertimbangkan faktor biaya, permintaan, dan Persaingan agar dapat mencapai tujuan perusahaan atau pelaku usaha.

Dalam konteks pasar tradisional, strategi penetapan harga memiliki karakteristik tersendiri karena terdapat mekanisme negosiasi harga yang terjadi antara penjual dan pembeli. Proses penyesuaian harga ini memungkinkan pedagang menyesuaikan harga sesuai kondisi barang, kemampuan pembeli, dan situasi pasar harian. Fleksibilitas harga menjadi salah satu strategi khas pedagang pasar tradisional yang membedakannya dari pasar modern.

Menurut Yulianadewi dan Sianipar (2024), terdapat enam strategi utama dalam penetapan harga yang dapat digunakan oleh pelaku usaha, yaitu strategi biaya plus, berbasis persaingan, penetrasi, skimming, berbasis nilai, dan bundling. Yaitu: (Yulianadewi & Sianipar, 2024).

1. Strategi Biaya Plus (*Cost-Plus Pricing*)

Strategi ini dilakukan dengan menetapkan harga jual berdasarkan total biaya produksi yang dikeluarkan, kemudian ditambah dengan persentase keuntungan tertentu. Tujuannya agar seluruh biaya produksi tertutupi dan pelaku usaha memperoleh margin keuntungan yang stabil.

2. Strategi Berbasis Persaingan (*Competitive Pricing*)

Strategi ini menyesuaikan harga produk dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing. Pendekatan ini digunakan agar harga produk tetap kompetitif di pasar dan tidak kalah saing, terutama dalam kondisi pasar yang memiliki banyak produk sejenis.

3. Strategi Penetrasi (*Penetration Pricing*)

Strategi ini dilakukan dengan menetapkan harga awal yang lebih rendah dibandingkan pesaing untuk menarik perhatian konsumen baru dan memperluas pangsa pasar. Setelah produk dikenal dan memiliki pelanggan tetap, harga dapat dinaikkan secara bertahap.

4. Strategi *Skimming* (*Price Skimming*)

Strategi ini menetapkan harga tinggi pada awal peluncuran produk, biasanya diterapkan pada produk baru atau inovatif. Setelah tahap awal penjualan tercapai, harga dapat diturunkan untuk menjangkau segmen konsumen yang lebih luas.

5. Strategi Berbasis Nilai (*Value-Based Pricing*)

Strategi ini berfokus pada persepsi nilai yang dirasakan oleh konsumen terhadap suatu produk. Harga ditentukan berdasarkan manfaat atau kualitas yang dirasakan pelanggan, bukan semata-mata berdasarkan biaya atau harga pesaing.

6. Strategi *Bundling* (*Bundle Pricing*)

Strategi ini dilakukan dengan menjual dua atau lebih produk secara bersamaan dalam satu paket dengan harga yang lebih menarik dibandingkan jika dibeli secara terpisah. Tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat loyalitas pelanggan.

2.5. Faktor Yang Memengaruhi Strategi Penetapan Harga

Strategi penetapan harga tidak hanya ditentukan oleh keinginan pedagang untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga dipengaruhi oleh

berbagai faktor internal dan eksternal yang saling berhubungan. Menurut Assauri (2014), Tjiptono (2015), serta Kotler dan Armstrong (2018), faktor-faktor tersebut meliputi aspek biaya, permintaan, persaingan, hingga kondisi sosial ekonomi masyarakat. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini penting agar pedagang dapat menentukan harga yang kompetitif, adil, dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi strategi penetapan harga adalah sebagai berikut:

1. Biaya Produksi dan Operasional

Biaya merupakan dasar utama dalam menentukan harga jual suatu produk. Pedagang perlu mempertimbangkan seluruh biaya yang dikeluarkan, mulai dari biaya pembelian barang dari pemasok, biaya transportasi, retribusi pasar, hingga biaya tenaga kerja dan kerusakan barang.

Menurut Assauri (2014), harga jual harus mampu menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan serta memberikan keuntungan yang wajar bagi pedagang. Apabila biaya meningkat, pedagang akan menyesuaikan harga untuk menghindari kerugian. Namun dalam pandangan Islam, pedagang tidak diperbolehkan mengambil keuntungan yang berlebihan (*ghuluw fil ribh*), karena setiap keuntungan harus diperoleh dengan cara yang adil dan halal.

2. Kualitas Barang

Kualitas produk memiliki pengaruh besar terhadap penetapan harga. Barang dengan kualitas lebih baik, segar, dan tahan lama biasanya dijual dengan harga yang lebih tinggi. Sementara itu, barang dengan kualitas rendah atau mudah rusak dijual dengan harga lebih murah agar tetap laku di pasaran.

Menurut Tjiptono (2015), persepsi konsumen terhadap kualitas sangat menentukan kesediaan mereka membayar harga tertentu. Oleh karena itu, pedagang yang menjaga kualitas barangnya dapat menetapkan harga lebih tinggi tanpa kehilangan kepercayaan konsumen.

3. Jumlah Barang yang Tersedia (Ketersediaan Stok)

Ketersediaan barang atau stok memengaruhi harga jual berdasarkan hukum permintaan dan penawaran. Ketika barang melimpah, harga cenderung turun, tetapi ketika stok terbatas dan permintaan tinggi, harga akan naik (Kotler & Armstrong, 2018).

Pedagang biasanya menyesuaikan harga dengan kondisi pasokan yang diperoleh dari petani atau pemasok. Namun Islam melarang praktik penimbunan (*ihthikar*), yaitu menahan barang untuk menaikkan harga secara tidak wajar, karena hal itu dapat merugikan masyarakat luas dan bertentangan dengan prinsip keadilan dalam ekonomi Islam.

4. Kondisi Persaingan di Pasar

Persaingan di antara pedagang juga memengaruhi strategi harga. Di pasar tradisional, banyak pedagang menjual produk sejenis dalam area

yang sama, sehingga masing-masing berusaha menarik pembeli dengan menawarkan harga yang berbeda.

Menurut Kotler (2000), dalam pasar kompetitif, pedagang cenderung menetapkan harga sedikit di bawah harga pesaing untuk mempertahankan pelanggan. Namun bila dilakukan tanpa perhitungan, strategi ini dapat menimbulkan perang harga (*price war*) yang merugikan pedagang lainnya. Dalam Islam, persaingan ekonomi diperbolehkan selama berlangsung secara jujur dan adil, tanpa menipu atau menjatuhkan pihak lain, sesuai dengan prinsip persaingan sehat.

5. Permintaan Konsumen

Permintaan dari pembeli juga merupakan faktor penting yang memengaruhi harga. Ketika permintaan meningkat, pedagang dapat menyesuaikan harga agar sesuai dengan kondisi pasar, sedangkan pada saat permintaan menurun, pedagang perlu menurunkan harga agar barang tetap terjual.

Menurut Indrasari (2019), memahami karakteristik dan daya beli konsumen sangat penting agar harga yang ditetapkan tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah.

6. Tujuan Usaha Pedagang

Setiap pedagang memiliki tujuan yang berbeda dalam menentukan harga. Ada pedagang yang ingin memperoleh laba maksimal, ada yang menargetkan penjualan cepat untuk mempercepat perputaran modal, dan

ada pula yang mengutamakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2016), strategi harga harus selaras dengan tujuan usaha yang ingin dicapai. Dalam ekonomi Islam, pedagang dianjurkan untuk mencari keuntungan secara moderat dan penuh keberkahan (barakah), bukan semata-mata keuntungan materi yang tinggi

7. Faktor Musiman

Harga barang, khususnya produk pertanian seperti sayur dan buah, sering kali berfluktuasi mengikuti musim. Ketika musim panen tiba, harga cenderung turun karena pasokan melimpah. Sebaliknya, pada musim hujan atau paceklik, harga naik karena pasokan berkurang.

Faktor musiman ini mendorong pedagang untuk menyesuaikan harga secara fleksibel agar tetap mendapatkan keuntungan. Namun dalam penetapan harga, pedagang perlu menghindari kenaikan yang berlebihan agar tidak memberatkan konsumen dan tetap sesuai dengan prinsip keadilan.

8. Hubungan Sosial dan Kultural

Pasar tradisional juga dipengaruhi oleh hubungan sosial antara pedagang dan pembeli. Pedagang sering memberikan potongan harga kepada pelanggan tetap, kerabat, atau tetangga sebagai bentuk menjaga hubungan baik dan saling membantu.

Faktor ini menunjukkan bahwa penetapan harga di pasar tradisional tidak semata-mata berdasarkan kalkulasi ekonomi, tetapi

juga mempertimbangkan nilai sosial dan budaya masyarakat setempat. Dalam Islam, hal ini sejalan dengan prinsip *ta'awun* (tolong-menolong) dan *ukhuwah* (persaudaraan) dalam kegiatan ekonomi.

9. Kebijakan Pemerintah dan Peraturan Pasar

Kebijakan pemerintah seperti harga eceran tertinggi (*HET*), subsidi bahan pokok, serta peraturan retribusi pasar juga dapat memengaruhi strategi harga pedagang. Pedagang harus menyesuaikan harga agar tetap sesuai dengan kebijakan yang berlaku dan tidak melanggar peraturan perdagangan.

Dalam ekonomi Islam, ketaatan terhadap peraturan pemerintah (*ulil amri*) merupakan bentuk tanggung jawab sosial untuk menjaga keadilan dan kemaslahatan bersama dalam kehidupan bermasyarakat.

2.6. Strategi Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam

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

Dalam Islam, penetapan harga tidak hanya dipandang dari aspek ekonomi semata, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai moral dan keadilan sosial. Prinsip utama dalam ekonomi Islam adalah mewujudkan keseimbangan antara kepentingan individu dan kemaslahatan masyarakat,

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ، الْقَابِضُ، الْبَاسِطُ، الرَّزَّاقُ

sehingga harga yang ditetapkan tidak boleh merugikan salah satu pihak. Rasulullah SAW menegaskan bahwa harga sejatinya merupakan ketentuan Allah SWT yang terjadi secara alami melalui mekanisme pasar yang adil, Sebagaimana sabdanya:

Artinya; "Sesungguhnya Allah-lah yang menetapkan harga, yang menahan (menyempitkan) dan melapangkan rezeki, dan Yang Maha Memberi rezeki" (HR. Abu Daud no. 3451, Tirmidzi no. 1314, Ibnu Majah no. 2200, Ahmad)

Hadis di atas menjelaskan bahwa segala hal yang berkaitan dengan harga dan rezeki sepenuhnya berada dalam kekuasaan Allah SWT. Naik turunnya harga suatu barang bukan semata-mata disebabkan oleh tindakan manusia, melainkan merupakan bagian dari kehendak dan ketentuan Allah dalam mengatur kehidupan ekonomi umat manusia.

Menurut jumhur ulama telah sepakat bahwa Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, maka hanya dalam kondisi tertentu saja pemerintah dapat melakukan kebijakan penetapan harga. Prinsip dari kebijakan ini adalah mengupayakan harga yang adil, harga yang normal, atau sesuai harga pasar. dalam penjualan Islami, baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih, yaitu:

- 1) Larangan menjual atau memperdagangkan barang-barang yang diharamkan
- 2) Bersikap benar, amanah dan jujur

- 3) Menegakkan keadilan dan mengharamkan riba
- 4) Menerapkan kasih sayang
- 5) Menegakkan toleransi dan keadilan

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

2.7 Prinsip Dasar Ekonomi Islam Dalam Penetapan Harga

Beberapa prinsip dasar ekonomi Islam yang menjadi pedoman dalam penetapan harga antara lain sebagai berikut:

1. Kerelaan

yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*). hal ini sesuai dengan Al-Qur'an Surat an-Nisa" ayat 29.

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: al-Nisa”/ 4:29).

Berdasarkan ayat di atas dengan tegas melarang orang memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan batil, artinya tidak ada haknya. memakan harta sendiri dengan jalan batil ialah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat.

2. Persaingan sehat

kegiatan ekonomi harus dilandasi dengan prinsip keadilan dan persaingan yang sehat . mekanisme pasar akan berjalan dengan baik apabila tidak terdapat praktik yang merugikan masyarakat seperti penimbunan (ihtikar) dan monopoli. Pernyataan ini selaras dengan firman Allah SWT yang terdapat dalam Surah Al-Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ
أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: *“Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim-hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.” (QS: Al-Baqarah ayat 188)*

Ayat di atas menegaskan bahwa Islam melarang segala bentuk pengambilan keuntungan dengan cara yang tidak benar, termasuk tindakan menahan barang untuk menaikkan harga atau menguasai pasar demi kepentingan pribadi. praktik seperti ini dapat menghambat mekanisme pasar dan merugikan kepentingan masyarakat luas. oleh karena itu, islam

mendorong setiap pelaku usaha untuk bersikap jujur, adil, dan mengutamakan kemaslahatan bersama dalam kegiatan ekonomi.

3. Kejujuran

Kejujuran menjadi nilai dasar yang sangat penting dalam Islam, karena pada hakikatnya kejujuran identik dengan kebenaran. Islam secara tegas melarang segala bentuk kebohongan dan penipuan, baik dalam perkataan maupun perbuatan. Nilai kejujuran ini memiliki dampak yang signifikan, tidak hanya bagi pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi perdagangan, tetapi juga bagi masyarakat secara luas. Allah SWT. Berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴿١١٩﴾

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar” (QS. At-Taubah: 119).*

Ayat ini menegaskan bahwa seorang muslim dituntut untuk menjadikan kejujuran sebagai prinsip hidup, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan perdagangan. Rasulullah SAW. juga menegaskan keutamaan pedagang yang jujur dengan sabdanya:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Artinya; *“Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada” (HR. Tirmidzi, no. 1209).*

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa kejujuran dalam perdagangan tidak hanya bernilai etis, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang tinggi dalam ajaran Islam.

4. Keterbukaan Dan Keadilan

Dalam suatu transaksi menuntut kejujuran dan kebenaran dalam mengungkapkan kehendak serta kondisi yang sebenarnya. Setiap pihak yang terlibat wajib menyampaikan informasi secara transparan, tidak menutupi fakta, dan sesuai dengan keadaan sesungguhnya. Penerapan prinsip ini bertujuan untuk menciptakan rasa keadilan, membangun saling percaya, serta mencegah praktik yang merugikan salah satu pihak. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝

Artinya: *“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.” (QS. Al-Mutaffifin: 1-3)*

Ayat ini menegaskan bahwa kejujuran dan keadilan dalam setiap transaksi, khususnya terkait timbangan atau takaran, merupakan prinsip fundamental dalam Islam. dengan menerapkan prinsip keterbukaan dan keadilan, transaksi bisnis dapat berlangsung secara etis, adil, dan bermanfaat bagi semua pihak. oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan sesuai dengan ajaran Islam.

2.8 Penelitian Terdahulu

Pembahasan dalam penelitian ini yaitu mengenai, analisis strategi penetapan harga pedagang pasar tradisional di desa belui berdasarkan perspektif ekonomi Islam. berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang juga melakukan penelitian mengenai strategi pedagang pasar tradisional di desa belui berdasarkan perspektif ekonomi Islam.

Feni Slamet riyanty (2022) strategi penetapan harga pada pedagang sembako dalam perspektif ekonomi islam (Studi Kasus Pada Pasar Jatilawang, Kabupaten Banyumas). berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa strategi penetapan harga pada pedagang sembako di pasar Jatilawang Kabupaten Banyumas adalah harga yang berlaku dipasaran dan kebijakan harga yang kompetitif atas barang yang berkualitas tinggi serta dipengaruhi oleh mekanisme pasar (permintaan dan penawaran). berdasarkan perspektif ekonomi Islam mengenai strategi penetapan harga produk sembako di pasar Jatilawang secara umum telah sesuai dengan ketentuan ekonomi Islam. hal ini terlihat dari cara penetapan harga yang dilakukan oleh pedagang yang berdasarkan permintaan dan penawaran, dilihat dari sisi keadilan harga serta keuntungan yang diambil oleh para pedagang, dan produksi juga sudah memenuhi kriteria syariah Islam, tidak menjual barang yang diharamkan. persamaannya dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah penelitian ini membahas mengenai strategi penetapan harga pedagang pasar tradisional. perbedaannya Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya berfokus pada pedagang sembako. sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini lebih

berfokus pada analisis strategi penetapan harga pedagang pasar tradisional di desa belui.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Andi Makkulau (2023) dengan judul “Strategi Penentuan Harga Pedagang Sayur dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Pasar Tradisional Kariango Pinrang”. yang menjelaskan bahwa pedagang sayur menggunakan beberapa strategi penetapan harga yang terdiri atas *cost-plus pricing*, *bundle pricing*, *dynamic pricing*, *skimming pricing*, *competition-based pricing*, dan *discriminatory pricing*. Strategi-strategi tersebut dipengaruhi oleh faktor biaya, laba yang diharapkan, kualitas produk, harga pasar, serta tingkat persaingan antar pedagang. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor seperti lokasi pasar, harga produk, kualitas barang, dan layanan turut memengaruhi minat beli konsumen. adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada strategi penetapan harga di pasar tradisional. namun, perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian terdahulu berfokus pada pedagang sayur di Pasar Kariango, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini lebih berfokus pada analisis strategi penetapan harga pedagang pasar tradisional di desa belui.

Penelitian lain dilakukan oleh Lupita Maulana Sari (2024) dengan judul “Penetapan Harga Jual Buah Pasar Seputih Raman dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang buah di pasar seputih raman menetapkan harga berdasarkan harga pembelian, kualitas produk, kuantitas pembelian, dan harga persaingan. penetapan harga tersebut

bertujuan untuk menarik minat konsumen, meningkatkan keuntungan, serta menjaga keberlangsungan usaha. strategi yang diterapkan berorientasi pada laba, volume penjualan, citra, dan persaingan yang tetap memperhatikan prinsip etika bisnis islam. persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada pembahasan mengenai penetapan harga dalam perspektif Islam, sementara perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu yang lebih berfokus kepada pedagang buah, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini lebih berfokus pada analisis strategi penetapan harga pedagang pasar tradisional di desa belui.

2.9 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ini menggambarkan hubungan antara pedagang pasar tradisional di Desa Belui, faktor-faktor yang memengaruhi strategi penetapan harga, strategi penetapan harga yang diterapkan, serta analisisnya berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Pedagang sebagai pelaku utama kegiatan ekonomi masyarakat menetapkan harga berdasarkan berbagai pertimbangan yang memengaruhi terbentuknya strategi penetapan harga pedagang. Selanjutnya, strategi tersebut dianalisis melalui perspektif ekonomi Islam untuk menilai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Oleh karena itu, kerangka konseptual ini digunakan sebagai acuan dalam penelitian untuk memahami dan menganalisis strategi penetapan harga pedagang pasar tradisional di Desa Belui berdasarkan perspektif ekonomi Islam.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan masalahnya penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi secara kontekstual dengan menganalisis perspektif subjektif dari individu atau kelompok tertentu (Creswell, 2018). metode ini digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi dalam strategi penetapan harga oleh pedagang tradisional di desa belui, faktor faktor yang memengaruhi strategi penetapan harga pedagang serta kesesuaian strategi tersebut dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Menurut Moleong (2017), penelitian deskriptif kualitatif berusaha menggambarkan, menafsirkan, serta memahami fenomena yang terjadi dalam kehidupan nyata tanpa manipulasi terhadap variabel yang diteliti.

3.2 Lokasi Dan Subjek Penelitian

3.2.1 Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Tradisional Desa Belui, Kecamatan Depati Tujuh, Kabupaten Kerinci, Provinsi Jambi. Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi masyarakat yang masih mempertahankan sistem perdagangan tradisional dengan proses jual beli secara langsung antara penjual dan pembeli. Pasar ini beroperasi setiap hari Rabu dan menjadi tempat berkumpulnya pedagang dari berbagai

desa sekitar, sehingga relevan untuk dikaji dalam konteks strategi penetapan harga pedagang.

3.2.2 Subjek

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui. Peneliti memilih 4 (orang). pedagang sayur yang menjual barang yang sama seperti cabai, kol, tomat, wortel sebagai informan utama dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap dapat memberikan informasi paling relevan dengan fokus penelitian.

3.2.3 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah strategi penetapan harga yang diterapkan oleh pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui, serta kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Adapun fokus objek penelitian ini meliputi cara pedagang menentukan harga jual, faktor-faktor yang memengaruhi penetapan harga, dan praktik-praktik penetapan harga yang berkaitan dengan nilai keadilan, kejujuran, kerelaan, dan persaingan sehat dalam perspektif ekonomi Islam.

1.7 Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Creswell (2018:185), *purposive sampling* merupakan teknik pemilihan partisipan secara sengaja dengan mempertimbangkan individu yang paling memahami fenomena yang diteliti

serta dapat memberikan informasi yang mendalam dan relevan. dalam penelitian kualitatif, yang diutamakan bukan jumlah partisipan, tetapi kedalaman informasi yang diperoleh.

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah:

1. pedagang sayur yang aktif berjualan di Pasar Tradisional Desa Belui,
2. menjual komoditas yang sama yaitu cabai, tomat, kol, dan wortel, serta
3. memiliki pengalaman dalam menentukan harga jual.

Berdasarkan kriteria tersebut, informan yang dipilih dalam penelitian ini berjumlah empat orang pedagang sayur yang dianggap mampu memberikan informasi yang relevan dan mendalam karena memiliki pengalaman langsung dalam praktik penetapan harga di pasar.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata-kata atau deskripsi. data ini diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data seperti wawancara, analisis dokumen, dan observasi yang dicatat dalam catatan lapangan (transkrip). selain itu, data kualitatif juga dapat berupa dokumentasi dan rekaman wawancara.

3.3.2 Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu:

- 1) Data Primer, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utamanya, sehingga data primer adalah data yang diperoleh

dari hasil observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi. sumber data primer dalam penelitian ini yaitu, pedagang yang menjual barang yang sama namun dengan harga yang berbeda.

- 2) Data Sekunder, data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. dimana data sekunder bersifat data yang mendukung keperluan data primer. contohnya data yang sudah ada dan didapat dari buku-buku, artikel, jurnal maupun catatan-catatan yang berkaitan dengan fokus penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian diperlukan adanya data sebagai hasil akhir dari penelitian. untuk memperoleh data yang relevan, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagaimana dikemukakan oleh (Firman 2015), yaitu:

- 1) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan informan. Menurut Firman (2015:63), wawancara dibagi menjadi dua jenis, yaitu wawancara terstruktur (daftar pertanyaan sudah disiapkan secara sistematis) dan wawancara tidak terstruktur (lebih bebas, hanya berpedoman pada pokok-pokok masalah).

Dalam penelitian ini digunakan wawancara semi-terstruktur, untuk menggali informasi mengenai strategi penetapan harga pedagang pasar

tradisional di desa belui dan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi islam.

2) Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian yaitu turun langsung ke lapangan seperti melihat harga yang ditetapkan oleh pedagang dan hal-hal yang mempengaruhinya serta apakah strategi penetapan harga yang di terapkan telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

3) Dokumentasi

Dokumentasi berkaitan dengan suatu kegiatan khusus berupa pengumpulan, pengolahan, penyimpanan dan penyebarluasan suatu informasi (Firman, 2015: 67). dokumentasi yang didapatkan dalam penelitian ini dalam bentuk foto, dan hasil rekaman wawancara yang terkait dengan permasalahan yang ingin diteliti.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu proses sistematis yang digunakan peneliti untuk mengorganisasi, mengolah, dan menginterpretasi data yang telah dikumpulkan sehingga menghasilkan informasi yang bermakna sesuai dengan fokus penelitian. analisis data bertujuan untuk menyederhanakan data yang kompleks menjadi temuan yang lebih mudah dipahami, sehingga dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. dalam penelitian kualitatif, analisis data bukanlah kegiatan yang dilakukan setelah semua data

terkumpul, melainkan berlangsung secara bersamaan dengan proses pengumpulan data di lapangan.

Menurut Miles & Huberman (1994), analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus-menerus hingga data mencapai titik jenuh. model analisis interaktif ini terdiri dari tiga tahapan utama yang saling berhubungan, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data mentah yang muncul dari catatan lapangan. pada tahap ini peneliti menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian, membuang data yang dianggap tidak penting, serta mengorganisasi data agar lebih terstruktur. Proses reduksi dilakukan sepanjang penelitian, sejak peneliti mulai melakukan observasi, wawancara, hingga pada tahap penyusunan laporan penelitian. dengan reduksi data, informasi yang diperoleh menjadi lebih tajam, terfokus, dan terarah.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah menyajikan data secara sistematis agar memudahkan pemahaman. penyajian data dapat berupa uraian naratif, atau kutipan hasil wawancara. yang menunjukkan keterkaitan antar kategori atau tema penelitian. Melalui penyajian data, peneliti dapat dengan mudah melihat pola, kecenderungan, atau hubungan

tertentu yang muncul dari data, sehingga dapat membantu dalam proses penarikan kesimpulan.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing atau Verification*)

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan. kesimpulan yang ditarik pada awalnya bersifat sementara, namun akan terus diuji validitas dan kebenarannya dengan cara membandingkan dengan data lain, melakukan triangulasi, serta mengecek kembali catatan lapangan. proses verifikasi ini penting untuk memastikan bahwa kesimpulan yang dihasilkan sudah valid.

3.6 Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, uji keabsahan data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh valid, kredibel, dan dapat dipertanggungjawabkan. Beberapa teknik yang paling sering digunakan antara lain triangulasi sumber, triangulasi metode, dan member *checking*. (Sugiyono 2018):

1. **Triangulasi Sumber**, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari beberapa informan (pedagang) untuk melihat konsistensi jawaban.
2. **Triangulasi Metode**, yaitu memadukan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi agar hasil penelitian lebih objektif.
3. **Member *Checking***, yaitu meminta konfirmasi kepada informan mengenai hasil wawancara untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan kenyataan di lapangan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pasar Tradisional Desa Belui merupakan salah satu bentuk pasar rakyat yang berada di Desa Belui, Kecamatan Depati Tujuh, Kabupaten Kerinci, Provinsi Jambi. Pasar ini mulai beroperasi pada tahun 2020 dan hingga saat ini masih berfungsi sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat pedesaan. Keberadaan pasar tersebut berperan penting dalam mendukung perekonomian masyarakat lokal, terutama sebagai sarana pemenuhan kebutuhan pokok serta sebagai sumber penghasilan bagi pedagang kecil di Desa Belui dan daerah sekitarnya.

Ditinjau dari letak geografisnya, Pasar Tradisional Desa Belui berada pada lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Kedekatannya dengan kawasan permukiman penduduk menjadikan pasar ini sebagai pusat aktivitas jual beli kebutuhan sehari-hari. Pola perdagangan yang berlangsung masih bersifat tradisional, di mana transaksi dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli melalui mekanisme tawar-menawar harga. Proses interaksi tersebut mencerminkan hubungan sosial yang erat serta nilai kebersamaan dalam aktivitas ekonomi masyarakat.

Pasar Tradisional Desa Belui beroperasi secara rutin setiap hari Rabu, dimulai sejak pukul 05.00 WIB hingga pukul 11.00 WIB. Selama jam operasional, para pedagang menawarkan berbagai jenis barang dagangan,

seperti sayur-mayur, cabai, tomat, kol, kentang, dan kebutuhan pokok lainnya. Sebagian besar komoditas yang dijual berasal dari hasil pertanian masyarakat setempat maupun dari pemasok lokal.

Berdasarkan lokasi penelitian tersebut, Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah pedagang sayur. yang berjualan di Pasar Tradisional Desa Belui. Informan dalam penelitian ini berjumlah 4 orang pedagang sayur, yaitu Ibu Yeni, Ibu Ida, Ibu Yensi, dan Ibu Sri. Keempat informan dipilih karena menjual jenis barang dagangan yang relatif sama, seperti cabai, tomat, kol, dan wortel, dengan menerapkan penetapan harga jual yang berbeda-beda. Perbedaan harga tersebut menjadi dasar utama dalam menganalisis strategi penetapan harga pedagang pasar tradisional di desa belui.

Para informan memiliki latar belakang serta pengalaman berdagang yang beragam, mulai dari dua tahun hingga lebih dari empat tahun berjualan. Perbedaan pengalaman tersebut memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai praktik strategi penetapan harga, faktor-faktor yang mempengaruhi strategi penetapan harga serta kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi islam, di Pasar Tradisional Desa Belui. Data yang diperoleh dari para informan menjadi sumber informasi utama dalam penelitian strategi penetapan harga pedagang.

Adapun Objek penelitian ini adalah strategi penetapan harga yang diterapkan oleh pedagang di Pasar Tradisional Desa Belui serta kesesuaiannya dengan perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini difokuskan pada cara pedagang menetapkan harga jual, faktor-faktor yang memengaruhi penentuan harga, serta penerapan nilai-nilai

keadilan, kejujuran, keterbukaan, persaingan sehat, dan kerelaan atau suka sama suka dalam proses transaksi jual beli.

4.1.1 Karakteristik informan

Untuk memperjelas sumber data dalam penelitian ini, peneliti menyajikan karakteristik informan yang menjadi narasumber dalam penelitian. Informan dalam penelitian ini berjumlah empat orang pedagang sayur yang berjualan di Pasar Tradisional Desa Belui dan menjual komoditas yang sama, yaitu cabai, tomat, kol, dan wortel. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* karena dianggap mengetahui dan memahami praktik penetapan harga.

Tabel 4.1
Karakteristik informan

No	Nama	Inisial	Komoditas yang di jual	Barang yang di jual
1	Ibu Yeni	(Y)	Pedagang Sayur di pasar tradisional desa belui	Cabai, Tomat, Kol, Wortel
2	Ibu Ida	(I)	Pedagang Sayur di pasar tradisional desa belui	Cabai, Tomat, Kol, Wortel
3	Ibu Sri	(S)	Pedagang Sayur di pasar tradisional desa belui	Cabai, Tomat, Kol, Wortel
4	Ibu Yensi	(Y)	Pedagang Sayur di pasar tradisional desa belui	Cabai, Tomat, Kol, Wortel

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh informan dalam penelitian ini merupakan pedagang sayur yang menjual komoditas yang sama di Pasar Tradisional Desa Belui. Kesamaan jenis dagangan ini dipilih

agar peneliti dapat membandingkan strategi penetapan harga yang diterapkan oleh masing-masing pedagang terhadap barang yang sejenis.

4.2 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui, peneliti menemukan beberapa informasi terkait Strategi Penetapan Harga yang di terapkan oleh pedagang pasar tradisional di desa belui, Apa saja faktor faktor yang mempengaruhi strategi penetapan harga pedagang di pasar tradisional di desa belui, serta Bagaimana kesesuaian strategi penetapan harga pedagang dengan prinsip prinsip ekonomi islam . Informasi tersebut kemudian diseleksi dan difokuskan pada data yang berkaitan dengan strategi penetapan harga.

1. Strategi Penetapan Harga yang di terapkan oleh pedagang pasar tradisional di desa belui?

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui, diketahui bahwa pedagang menggunakan dua strategi dalam menetapkan harga jual, yaitu strategi biaya plus (*cost-plus pricing*) dan strategi berbasis persaingan (*competitive pricing*).

1) Strategi Biaya Plus

Strategi biaya plus merupakan strategi penetapan harga yang dilakukan dengan cara menentukan harga jual berdasarkan modal yang dikeluarkan kemudian menambahkan keuntungan tertentu.

Hasil wawancara dengan Ibu Yeni menyatakan: “*Saya biasanya menentukan harga dari modal dulu, setelah itu baru ditambah sedikit*

keuntungan untuk dijual di pasar.” (Wawancara dengan Ibu Yeni, 17 Desember 2025).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Sri: *“Harga saya tentukan dari modal yang saya keluarkan lalu ditambah keuntungan sedikit.” (Wawancara dengan Ibu Sri, 24 Desember 2025).*

2) Strategi Berbasis Persaingan

Strategi berbasis persaingan merupakan strategi penetapan harga yang dilakukan dengan menyesuaikan harga dengan pedagang lain di pasar agar tetap dapat bersaing.

Hal ini disampaikan oleh Ibu Ida: *“Saya biasanya melihat harga pedagang lain di pasar supaya harga saya tidak terlalu mahal.”(Wawancara dengan Ibu Ida, 17 Desember 2025).*

Ibu Yensi juga menyatakan: *“Kalau harga terlalu tinggi biasanya pembeli pergi ke pedagang lain, jadi saya menyesuaikan dengan harga yang ada di pasar.” (Wawancara dengan Ibu Yensi, 24 Desember 2025).*

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui, dapat disimpulkan bahwa pedagang menggunakan dua strategi dalam menetapkan harga jual, yaitu strategi biaya plus dengan menambahkan keuntungan dari modal yang dikeluarkan, serta strategi berbasis persaingan dengan menyesuaikan harga dengan pedagang lain agar tetap dapat bersaing di pasar.

2. Apa saja faktor faktor yang mempengaruhi strategi penetapan harga pedagang di pasar tradisional di desa belui?

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui, diketahui bahwa penetapan harga jual tidak dilakukan secara sembarangan, tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menjadi pertimbangan pedagang dalam menentukan harga barang dagangan. Faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut:

1) Modal atau Biaya Perolehan Barang

Modal merupakan faktor utama yang memengaruhi pedagang dalam menetapkan harga jual. Pedagang terlebih dahulu memperhitungkan harga pembelian barang dari pemasok sebelum menentukan harga jual agar tetap memperoleh keuntungan.

Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Ibu Yeni, pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui, yang menyatakan: *“Biasanya ibu melihat berapa modal yang dikeluarkan, kemudian harga disesuaikan supaya tetap ada keuntungan.” (Wawancara dengan Ibu Yeni, 17 Desember 2025).*

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Yensi yang mengatakan: *“Ibu biasanya menghitung modal terlebih dahulu sebelum menetapkan harga jual supaya tetap ada untung.” (Wawancara dengan Ibu Yensi, 24 Desember 2025).*

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa modal menjadi dasar utama bagi pedagang dalam menentukan harga jual barang dagangan.

2) Harga Pedagang Lain atau Kondisi Persaingan Pasar

Selain mempertimbangkan modal, pedagang juga menyesuaikan harga jual dengan harga pedagang lain yang menjual barang sejenis agar tetap mampu bersaing di pasar.

Hal ini diungkapkan oleh Ibu Ida yang menyatakan: “*Biasanya ibu melihat berapa modal yang ibu keluarkan, kemudian ibu menyesuainya dengan harga pedagang lain di pasar supaya tetap ada keuntungan dan harga yang ibu tetapkan tidak terlalu mahal.*” (*Wawancara dengan Ibu Ida, 17 Desember 2025*).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pedagang memperhatikan kondisi persaingan di pasar agar harga yang ditetapkan tetap kompetitif dan dapat menarik minat pembeli.

3) Kualitas dan Kondisi Barang Dagangan

Kualitas barang juga memengaruhi harga jual yang ditetapkan pedagang. Barang yang masih segar dan berkualitas baik biasanya dijual dengan harga yang lebih tinggi, sedangkan barang yang mulai layu atau kualitasnya menurun dijual dengan harga yang lebih rendah agar cepat terjual.

Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Ibu Ida yang mengatakan: “*Kalau sayurnya masih segar dan bagus, harganya bisa*

sedikit lebih tinggi. Tapi kalau sudah mulai layu, ibu turunkan supaya cepat habis.” (Wawancara dengan Ibu Ida, 17 Desember 2025).

Hal ini menunjukkan bahwa pedagang menyesuaikan harga dengan kondisi barang untuk menjaga kualitas pelayanan kepada pembeli sekaligus menghindari kerugian.

4) Ketersediaan Barang dan Faktor Musim

Ketersediaan barang di pasar juga memengaruhi harga jual. Ketika barang sulit diperoleh atau tidak sedang musim panen, harga biasanya meningkat. Sebaliknya, ketika barang tersedia dalam jumlah banyak, harga cenderung lebih stabil atau menurun.

Hal ini dijelaskan oleh Ibu Sri yang menyatakan: *“Kalau barangnya sedang susah didapat atau bukan musimnya, biasanya harganya ikut naik.” (Wawancara dengan Ibu Sri, 24 Desember 2025).*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa faktor musim dan ketersediaan barang turut memengaruhi penetapan harga yang dilakukan oleh pedagang.

5) Waktu Berjualan

Selain faktor di atas, waktu berjualan juga memengaruhi harga yang ditetapkan pedagang. Pada awal waktu berjualan harga biasanya sedikit lebih tinggi, sedangkan menjelang siang hari harga dapat diturunkan agar barang dagangan cepat habis terjual.

Hal ini disampaikan oleh Ibu Yensi yang mengatakan: *“Biasanya ibu pas awal berjualan harganya agak tinggi, kalau sudah*

siang ibu turunkan sedikit supaya sayurinya cepat habis.” (Wawancara dengan Ibu Yensi, 24 Desember 2025).

Hal tersebut menunjukkan bahwa pedagang menerapkan strategi penyesuaian harga secara fleksibel sesuai dengan kondisi waktu berjualan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui, dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yaitu modal atau biaya perolehan barang, kondisi persaingan pasar, kualitas barang dagangan, ketersediaan barang dan faktor musim, serta waktu berjualan. Faktor-faktor tersebut saling berkaitan dalam menentukan harga jual yang ditetapkan oleh pedagang agar tetap memperoleh keuntungan dan tetap mampu bersaing di pasar.

3. Bagaimana kesesuaian strategi penetapan harga pedagang dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam?

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Pasar Tradisional Desa Belui, strategi penetapan harga yang diterapkan oleh para pedagang pada dasarnya telah mencerminkan nilai-nilai yang sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Namun demikian, kesesuaian tersebut perlu dianalisis lebih mendalam berdasarkan beberapa prinsip utama dalam ekonomi Islam, yaitu prinsip kerelaan, (kejujuran, keadilan, dan persaingan sehat.

Dari aspek kerelaan, proses transaksi jual beli menunjukkan adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli. Hal ini tercermin dari adanya praktik tawar-menawar yang memberikan kebebasan kepada konsumen dalam menentukan pilihan tanpa adanya unsur paksaan, sehingga prinsip kerelaan telah terpenuhi.

Dari aspek persaingan sehat, pedagang menetapkan harga dengan mempertimbangkan harga pasar dan harga pesaing. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan berlangsung secara wajar tanpa adanya praktik yang merugikan pihak lain, seperti monopoli atau penetapan harga yang tidak rasional.

Selanjutnya, dari aspek kejujuran, penetapan harga yang dilakukan pedagang umumnya didasarkan pada biaya perolehan barang serta kondisi kualitas barang yang dijual. Hal ini menunjukkan adanya upaya pedagang untuk bersikap jujur dalam menentukan harga sesuai dengan kondisi barang. Namun demikian, dalam praktiknya masih terdapat keterbatasan dalam penyampaian informasi secara menyeluruh terkait kualitas barang.

Adapun dari aspek keterbukaan dan keadilan, penetapan harga mencerminkan adanya upaya untuk menyampaikan informasi yang relevan kepada konsumen serta mempertimbangkan berbagai faktor seperti biaya, permintaan, dan kondisi pasar. Harga yang ditetapkan relatif wajar dan tidak merugikan salah satu pihak, sehingga menunjukkan adanya keseimbangan dalam transaksi sesuai dengan prinsip keadilan dalam ekonomi Islam. Meskipun demikian, aspek keterbukaan masih perlu

ditingkatkan agar informasi yang diberikan kepada konsumen lebih lengkap.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga yang diterapkan oleh pedagang di pasar tradisional Desa Belui secara umum telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, yang meliputi kerelaan, persaingan sehat, kejujuran, serta keterbukaan dan keadilan. Hal ini tercermin dari adanya kesepakatan dalam transaksi, persaingan harga yang wajar, serta penetapan harga yang mempertimbangkan biaya dan kondisi pasar. Namun demikian, aspek kejujuran dan keterbukaan masih perlu ditingkatkan agar penerapan prinsip ekonomi Islam dapat terlaksana secara lebih optimal.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan Hasil, peneliti menemukan berbagai temuan yang muncul dari hasil wawancara berkenaan dengan judul Analisis Strategi Penetapan Harga Pedagang Pasar Tradisional Di Desa Belui Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam.

4.3.1 Strategi Penetapan Harga Yang Diterapkan Oleh pedagang Pasar Tradisional Di Desa Belui.

strategi penetapan harga yang diterapkan oleh pedagang pasar tradisional di Desa Belui meliputi strategi biaya plus (*cost-plus pricing*) dan strategi berbasis persaingan (*competitive pricing*). Kedua strategi tersebut digunakan pedagang dalam menentukan harga jual barang dagangan di pasar.

Strategi pertama yang digunakan oleh pedagang adalah strategi biaya plus (*cost-plus pricing*). Strategi biaya plus merupakan strategi penetapan harga yang dilakukan dengan cara menentukan harga jual berdasarkan modal atau biaya yang dikeluarkan kemudian menambahkan keuntungan tertentu. Hal ini sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa *cost-plus pricing* merupakan metode penetapan harga dengan menambahkan sejumlah keuntungan tertentu dari biaya yang telah dikeluarkan.

Dalam praktiknya, pedagang di Pasar Tradisional Desa Belui pada umumnya menentukan harga jual dengan terlebih dahulu memperhitungkan modal yang dikeluarkan untuk memperoleh barang dagangan, kemudian menambahkan keuntungan sebelum barang tersebut dijual di pasar. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan sebagai dasar dalam menentukan harga jual.

Selain strategi biaya plus, pedagang juga menggunakan strategi berbasis persaingan (*competitive pricing*). Strategi berbasis persaingan merupakan strategi penetapan harga yang dilakukan dengan menyesuaikan harga dengan pedagang lain yang menjual barang sejenis di pasar. Hal ini sesuai dengan pendapat Assauri yang menyatakan bahwa strategi berbasis persaingan merupakan strategi penetapan harga yang mempertimbangkan harga yang ditetapkan oleh pesaing agar tetap mampu bersaing di pasar.

Dalam praktiknya, pedagang di Pasar Tradisional Desa Belui juga memperhatikan harga yang ditetapkan oleh pedagang lain sebelum

menentukan harga jual. Hal ini dilakukan agar harga yang ditetapkan tidak terlalu tinggi sehingga tetap dapat bersaing dengan pedagang lain yang menjual barang sejenis di pasar.

Dengan demikian, strategi penetapan harga yang diterapkan oleh pedagang pasar tradisional di Desa Belui meliputi strategi biaya plus dengan menambahkan keuntungan dari modal yang dikeluarkan serta strategi berbasis persaingan dengan menyesuaikan harga dengan pedagang lain agar tetap dapat bersaing di pasar.

4.3.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Penetapan Harga Pedagang di Pasar Tradisional Di Desa Belui.

Strategi penetapan harga yang diterapkan oleh pedagang di Pasar Tradisional Desa Belui dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. Salah satu faktor yang paling dominan adalah besarnya modal yang dikeluarkan untuk memperoleh barang dagangan. Modal dijadikan sebagai dasar dalam menentukan harga jual agar pedagang tetap memperoleh keuntungan yang wajar.

Selain modal, kondisi pasar juga menjadi faktor penting dalam strategi penetapan harga. Pedagang menyesuaikan harga jual dengan harga pedagang lain di pasar agar tetap mampu bersaing dan tidak kehilangan pembeli. Penyesuaian ini menunjukkan bahwa mekanisme pasar di Pasar Tradisional Desa Belui berjalan secara alami melalui interaksi langsung antara pedagang dan pembeli.

Kualitas dan kondisi barang dagangan turut memengaruhi penetapan harga. Barang yang masih segar dan berkualitas baik cenderung dijual dengan harga lebih tinggi, sedangkan barang yang kualitasnya mulai menurun dijual dengan harga lebih rendah agar cepat terjual. Strategi ini dilakukan sebagai upaya pedagang untuk menghindari kerugian sekaligus menjaga kepuasan pembeli.

Faktor lain yang memengaruhi strategi penetapan harga adalah ketersediaan barang dan faktor musim. Pada saat barang sulit diperoleh atau tidak sedang musimnya, harga cenderung mengalami kenaikan. Sebaliknya, ketika barang mudah diperoleh dan tersedia dalam jumlah banyak, harga relatif lebih stabil atau menurun.

Selain itu, waktu berjualan juga memengaruhi penetapan harga. Pada awal waktu berjualan, pedagang cenderung menetapkan harga lebih tinggi, kemudianurunkannya menjelang siang hari agar barang dagangan dapat habis terjual. Hal ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga dilakukan secara situasional dan menyesuaikan dengan tingkat permintaan. Secara keseluruhan, faktor-faktor yang memengaruhi strategi penetapan harga pedagang di Pasar Tradisional Desa Belui meliputi modal, kondisi pasar, kualitas dan ketersediaan barang, faktor musim, serta waktu berjualan. Faktor-faktor tersebut saling berkaitan dan membentuk strategi penetapan harga yang fleksibel serta adaptif terhadap kondisi pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang sayur di pasar tradisional di desa belui, peneliti menyimpulkan bahwa strategi

penetapan harga yang diterapkan oleh pedagang di Pasar Tradisional Desa Belui dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Faktor utama yang memengaruhi penetapan harga meliputi besarnya modal yang dikeluarkan, kondisi pasar, kualitas dan ketersediaan barang dagangan, faktor musim, serta waktu berjualan. Pedagang menetapkan harga secara fleksibel dengan menyesuaikan faktor-faktor tersebut agar tetap memperoleh keuntungan yang wajar tanpa memberatkan pembeli. Strategi penetapan harga yang diterapkan bersifat adaptif dan situasional, mencerminkan kemampuan pedagang dalam menyesuaikan diri dengan dinamika pasar tradisional.

4.3.3 Kesesuaian Strategi Penetapan Harga Pedagang Dengan Perspektif Ekonomi Islam.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dan observasi terhadap pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui, dapat dianalisis bahwa praktik strategi penetapan harga yang dilakukan pedagang umumnya telah menunjukkan kesesuaian dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Hal ini dapat dilihat dari penerapan nilai keadilan, kejujuran, kerelaan (suka sama suka), serta persaingan yang sehat dalam aktivitas jual beli sehari-hari.

1. Kerelaan

Prinsip kerelaan (*an-tarāḍin*) merupakan salah satu prinsip utama dalam ekonomi Islam, yang menegaskan bahwa setiap transaksi jual beli harus dilakukan atas dasar kesepakatan dan kerelaan antara penjual dan

pembeli tanpa adanya unsur paksaan. Prinsip ini sebagaimana ditegaskan dalam *QS. An-Nisa ayat 29*:

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﴾

yang melarang pengambilan harta orang lain dengan cara yang batil kecuali melalui perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka.

Berdasarkan hasil penelitian, praktik penetapan harga pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui telah mencerminkan prinsip kerelaan tersebut. Hal ini terlihat dari adanya proses tawar-menawar yang berlangsung sebelum transaksi dilakukan. Pedagang hanya menjual barang dagangannya setelah pembeli menyatakan kesediaan dan kesepakatan terhadap harga yang ditawarkan. Dengan demikian, harga yang terbentuk bukan merupakan paksaan dari pihak penjual, melainkan hasil kesepakatan bersama antara pedagang dan pembeli.

Proses tawar-menawar ini menunjukkan bahwa transaksi yang terjadi di Pasar Tradisional Desa Belui berlangsung secara sukarela, sehingga sesuai dengan prinsip kerelaan dalam ekonomi Islam. Tidak ditemukan indikasi adanya pemaksaan harga kepada pembeli, baik secara langsung maupun tidak langsung.

2. Persaingan sehat

Dalam perspektif ekonomi Islam, persaingan dalam kegiatan perdagangan diperbolehkan selama dilakukan secara sehat dan tidak mengandung unsur kecurangan, penipuan, penimbunan barang (ihtikar),

maupun monopoli yang dapat merugikan masyarakat. Islam mendorong terciptanya mekanisme pasar yang adil, di mana harga terbentuk secara alami melalui interaksi antara permintaan dan penawaran. Sebagai mana yang ditegaskan dalam *QS: Al-Baqarah ayat 188*:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخُلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِنَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ
 أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٨٨﴾

Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim-hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.”

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui menetapkan harga dengan memperhatikan harga pedagang lain yang menjual barang sejenis. Penyesuaian harga tersebut dilakukan agar barang dagangan tetap laku dan mampu bersaing di pasar, bukan untuk menjatuhkan pedagang lain. Praktik ini mencerminkan adanya persaingan yang wajar dan sehat antar pedagang.

Selain itu, tidak ditemukan praktik penimbunan barang untuk menaikkan harga secara tidak wajar. Kenaikan harga yang terjadi umumnya disebabkan oleh faktor musim atau kelangkaan barang, bukan karena manipulasi pasar oleh pedagang. Dengan demikian, persaingan yang terjadi di Pasar Tradisional Desa Belui masih berada dalam koridor persaingan sehat sebagaimana dianjurkan dalam ekonomi Islam.

3. Kejujuran

Kejujuran merupakan nilai fundamental dalam ajaran Islam dan menjadi landasan utama dalam aktivitas perdagangan. Islam secara tegas melarang segala bentuk penipuan dan kebohongan dalam jual beli, baik terkait kondisi barang, harga, maupun timbangan. Rasulullah SAW menegaskan bahwa pedagang yang jujur dan amanah akan mendapatkan kedudukan yang mulia di sisi Allah SWT.

Berdasarkan hasil wawancara, para pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui pada umumnya telah menerapkan prinsip kejujuran dalam menetapkan harga dan menjual barang dagangannya. Pedagang menyampaikan kondisi barang secara apa adanya kepada pembeli, termasuk apabila kualitas barang sudah mulai menurun atau kurang segar. Hal ini dilakukan agar pembeli mengetahui kondisi barang sebelum melakukan transaksi. Rasulullah SAW menegaskan bahwa pedagang yang jujur dan amanah akan mendapatkan kedudukan yang mulia di sisi Allah SWT.

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّدِيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
K E R I N C I

Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada” (HR. Tirmidzi, no. 1209)

Penerapan kejujuran ini menunjukkan bahwa pedagang tidak berusaha memperoleh keuntungan dengan cara menipu atau menyembunyikan informasi dari pembeli. Dengan demikian, praktik perdagangan yang dilakukan oleh pedagang Pasar Tradisional Desa Belui telah sesuai dengan prinsip kejujuran dalam ekonomi Islam.

4. Keterbukaan dan keadilan

Prinsip keterbukaan dan keadilan menuntut agar setiap transaksi dilakukan secara transparan, jelas, dan tidak merugikan salah satu pihak. Dalam konteks penetapan harga, keadilan berarti harga yang ditetapkan harus wajar, seimbang, serta sesuai dengan kualitas barang dan kondisi pasar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui berupaya menetapkan harga yang dianggap wajar dan adil, baik bagi pedagang maupun pembeli. Harga ditentukan dengan mempertimbangkan modal yang dikeluarkan, kualitas barang, serta kemampuan pembeli. Pedagang juga bersedia menurunkan harga apabila barang sudah kurang segar atau apabila pembeli melakukan tawar-menawar secara wajar. Seperti yang di jelaskan dalam *(QS. Al-Mutaffifin: 1-3)*

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝

Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”

Sikap pedagang yang terbuka dalam menyampaikan kondisi barang serta kesediaan menyesuaikan harga menunjukkan adanya upaya untuk menjaga keadilan dalam transaksi. Tidak ditemukan praktik pengurangan timbangan, pemalsuan kualitas, atau penetapan harga yang bertujuan

memberatkan pembeli. Dengan demikian, praktik penetapan harga pedagang Pasar Tradisional Desa Belui telah mencerminkan prinsip keterbukaan dan keadilan sebagaimana diajarkan dalam ekonomi Islam.

Berdasarkan hasil analisis terhadap praktik strategi penetapan harga pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui, dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga yang diterapkan secara umum telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Hal ini tercermin dari adanya prinsip kerelaan (suka sama suka) dalam proses tawar-menawar antara pedagang dan pembeli, sehingga transaksi berlangsung tanpa unsur paksaan. Selain itu, persaingan antar pedagang berlangsung secara sehat, di mana penyesuaian harga dilakukan berdasarkan kondisi pasar dan harga pedagang lain tanpa adanya praktik penimbunan atau manipulasi harga. Dari sisi kejujuran, pedagang menyampaikan kondisi barang dagangan secara terbuka dan apa adanya kepada pembeli. Sementara itu, prinsip keterbukaan dan keadilan juga tercermin dari upaya pedagang menetapkan harga yang wajar, sesuai dengan kualitas barang, modal yang dikeluarkan, serta kemampuan pembeli. Dengan demikian, meskipun penetapan harga dilakukan secara sederhana dan belum menggunakan perhitungan yang formal, praktik perdagangan yang berlangsung di Pasar Tradisional Desa Belui tetap mencerminkan nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan keberkahan sebagaimana diajarkan dalam ekonomi Islam.

BAB V

Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan peneliti mengenai Analisis Strategi Penetapan Harga Pedagang Pasar Tradisional di Desa Belui Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam, peneliti mengambil kesimpulan terhadap data yang diperoleh dari wawancara serta observasi di lapangan, dapat disimpulkan sebagai berikut

- 5.1.1 Strategi penetapan harga yang diterapkan oleh pedagang sayur di Pasar Tradisional Desa Belui meliputi strategi biaya plus (*cost-plus pricing*) dan strategi berbasis persaingan (*competitive pricing*). Pedagang umumnya menentukan harga berdasarkan biaya perolehan barang yang ditambah keuntungan tertentu, serta menyesuaikan harga dengan kondisi pasar dan harga pesaing.
- 5.1.2 Faktor-faktor yang memengaruhi strategi penetapan harga pedagang antara lain biaya perolehan barang, kualitas dan ketersediaan barang, kondisi persaingan di pasar, permintaan konsumen, faktor musiman, serta hubungan sosial antara pedagang dan pembeli.
- 5.1.3 Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, praktik penetapan harga yang dilakukan pedagang pada umumnya telah sesuai dengan prinsip kerelaan, kejujuran, keterbukaan, dan persaingan sehat. Tidak ditemukan praktik yang bertentangan dengan nilai-nilai ekonomi Islam

seperti penipuan, penimbunan, atau pengambilan keuntungan secara berlebihan

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang diterapkan oleh pedagang di Pasar Tradisional Desa Belui pada dasarnya telah mempertimbangkan aspek biaya dan persaingan, serta secara umum telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis dalam pengembangan praktik perdagangan yang adil, jujur, dan berkeadilan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Pedagang

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pedagang lebih memperhatikan perhitungan biaya secara rinci dalam menetapkan harga, sehingga harga yang ditentukan dapat mencerminkan biaya yang dikeluarkan serta memberikan keuntungan yang wajar. Selain itu, pedagang diharapkan tetap menjaga prinsip kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dalam berdagang agar tercipta transaksi yang sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam.

5.2.2 Bagi Pemerintah Desa Atau Pengelola Pasar

Diharapkan pemerintah desa atau pengelola pasar dapat memberikan pembinaan atau edukasi kepada pedagang terkait strategi penetapan harga yang adil dan sesuai dengan prinsip syariah, serta menciptakan lingkungan pasar yang kondusif dan sehat bagi seluruh pelaku usaha.

5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi jumlah informan maupun ruang lingkup penelitian. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian, menambah jumlah informan, serta menggunakan pendekatan atau metode penelitian yang berbeda agar memperoleh hasil penelitian yang lebih mendalam dan komprehensif terkait strategi penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. (2019). Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Los Angeles: SAGE Publications.
- David, F. R. (2017). *Manajemen strategis: Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Firman. (2015). Analisis data dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan dan Penelitian Sosial*, 4(1), 63–67.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi ke-13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2015). *Profil Pasar Tradisional Indonesia*. Jakarta: Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Kementerian Perdagangan RI.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 16). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 17). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*. Pearson Education
- Ketjil, M. I. A., & Masinambow, V. A. J. (2022). Peran pasar tradisional meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Bolang Itang Timur, Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Jurnal Berkala Ilmu Efisiensi*, 22(3), 5–8.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen pemasaran: Analisis, perencanaan, implementasi, dan kontrol* (Edisi 9, Jilid 1). Jakarta: PT Prenhallindo.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Makkulau, A. (2023). *Strategi penetapan harga pedagang sayur dalam meningkatkan minat beli konsumen di Pasar Tradisional Kariango Pinrang* (Skripsi). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Riyanty, F. S. (2022). *Strategi penetapan harga pada pedagang sembako dalam perspektif ekonomi Islam (Studi kasus pada Pasar Jatilawang, Kabupaten Banyumas)* (Skripsi). Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2018). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, S. N. (2022b). Pengertian pasar tradisional dalam konteks ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 8(1), 33–39.
- Sari, L. M. (2024). *Penetapan harga jual buah Pasar Seputih Raman dalam perspektif etika bisnis Islam* (Skripsi). Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tambunan, T. (2020). *Pasar tradisional dan peran UMKM*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Utami, C. W. (2019). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Yulianadewi, I., & Sianipar, R. (2024). Teknik penetapan harga strategis: Memaksimalkan profitabilitas dalam lingkungan pasar yang dinamis. *Management Studies and Business Journal (Productivity)*.



LAMPIRAN

Pedoman Wawancara Laporan Penelitian

A. Identifikasi Penelitian

Judul Penelitian : Analisis strategi penetapan harga pedagang pasar tradisional di desa belui berdasarkan perspektif ekonomi islam

Peneliti : YOLA EKA PUTRI

Dosen : Drs. BUSTAMI, MA

B. Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana strategi penetapan harga yang di terapkan oleh pedagang pasar tradisional di desa belui?
1) Strategi apa yang biasanya ibu/bapak gunakan dalam menetapkan harga barang dagangan?
2) Bagaimana cara ibu/bapak menentukan harga jual barang dagangan tersebut?
3) Apa saja yang menjadi pertimbangan ibu/bapak ketika menetapkan harga jual?
2. Apa saja faktor faktor yang mempengaruhi strategi penetapan harga pedagang di pasar tradisional di desa belui?
1) Faktor apa saja yang mempengaruhi harga jual yang Bapak atau Ibu tetapkan?
2) Apakah kondisi pasar mempengaruhi harga jual barang dagangan?
3) Bagaimana pengaruh harga dari pedagang lain terhadap harga yang ibu/bapak tentukan?

3. Bagaimana kesesuaian strategi penetapan harga pedagang dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam?

- 1) Dalam menetapkan harga, apakah ibu memperhatikan kejujuran kepada pembeli?
- 2) Menurut ibu, apakah harga yang ditetapkan sudah adil bagi pembeli dan pedagang?
- 3) Apakah proses tawar-menawar biasanya berlangsung suka sama suka antara ibu dan pembeli?



DOKUMENTASI

Lampiran 1



Pasar Tradisional Desa Belui

Lampiran 2



Lampiran 3





Wawancara Bersama Pedagang Pasar Tradisional Desa

Belui

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
K E R I N C I



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Peltis IV Kota Sungai Penuh Fax. (0748) – 22114 Telp. 0748 – 21065
Kode Pos 37112 Website: www.iainkerinci.ac.id e-mail : info@iainkerinci.ac.id

KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KERINCI
Nomor : In.31/D.4/PP.00.9/059.59/SK/2025

TENTANG
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR SEMESTER GANJIL
TAHUN AKADEMIK

- Menimbang** : Bahwa untuk memperlancar mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membuat Skripsi/Tugas Akhir, maka perlu menetapkan dosen-dosen Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci untuk menjadi pembimbing.
- Mengingat** : 1. Keputusan Menteri Agama Nomor 12 Tahun 2017 tentang Statuta IAIN Kerinci;
2. Peraturan Menteri Agama Nomor 48 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Kerinci;
3. Surat Rektor IAIN Kerinci Nomor B-732/In.31/R.1/KP/0.1/07/2024, tanggal 01 Juli 2024, perihal : Penyesuaian SK Pembimbing Tugas Akhir dan Ujian Komprehensif.

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

KESATU : Menunjuk dan menugaskan kepada:

Nama : **Drs. Bustami, MA**
NIP : 19661120 199401 1 001
Pangkat/Golongan Ruang : Penata Tk.I/ III d
Jabatan : Lektor

Untuk membimbing mahasiswa penyusun skripsi/Tugas Akhir:

Nama : **YOLA EKA PUTRI**
NIM : 2210402041
Jurusan : Ekonomi Syariah
Topik/Judul : Analisis Strategi Penetapan Harga Pedagang Pasar Tradisional di Desa Belui Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam

KEDUA : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Sungai Penuh
Pada tanggal, 19 Juni 2025

DEKAN,

Dr. YUSERIZAL BUSTAMI, M.A
NIP.19661120 201101 1 010

Tembusan:

1. Rektor IAIN Kerinci (sebagai laporan);
2. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah;
3. Dosen Pembimbing;
4. Mahasiswa Bimbingan.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KERINCI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jalan Pelita IV Sungai Penuh Telp: 0748 – 21065 Faks: 0748 – 22114
Kode Pos: 37112 Website: www.iainkerinci.ac.id e-mail : info@iainkerinci.ac.id

Nomor : B-342.51/In.31/D.4/PP.00.9/11/2025 Sungai Penuh, 05 November 2025
Sifat : Penting
Lampiran : Satu rangkap proposal
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada,
Yth. Kepala Badan Kesbangpol Kabupaten Kerinci
Di -
Kerinci

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan pelaksanaan tugas akhir (penulisan skripsi) mahasiswa Program Strata Satu (S1) Institut Agama Islam Negeri Kerinci:

Nama : YOLA EKA PUTRI
NIM : 2210402041
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Proposal : Analisis Strategi Penetapan Harga Pedagang Pasar Tradisional di Desa Belui Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam
Lokasi dan lama : Desa Belui, dengan lama penelitian 3 (tiga) bulan sejak diterbitkannya surat izin.

Yang bersangkutan memerlukan data yang berhubungan dengan judul skripsi diatas. Guna mendapatkan data yang dimaksud mohon kiranya dapat diterbitkan izin penelitian.

Demikian atas perhatian dan kerjasama yang diberikan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dr. YUSERIZAL BUSTAMI, M.A.
NIP. 19821120 201101 1 010

Tembusan:

1. Rektor IAIN Kerinci (sebagai laporan);
2. Mahasiswa yang bersangkutan.



PEMERINTAH KABUPATEN KERINCI
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Komplek Perkantoran Bukit Tengah, Siulak Kode Pos 37162
Pos-el Kesbangpolkabupatenkerinci@gmail.com Web Kesbangpol.kerincikab.go.id

REKOMENDASI IZIN PENELITIAN

B-000 9-319/Wasnas Kesbangpol/XI/2025

Membaca : Surat dari : IAIN KERINCI Nomor : B-342.51/In.31/D.4/PP.00.9/11/2025
Tanggal : 05 November 2025 Perihal : Izin Penelitian

Mengingat : 1. Undang-undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2006 tentang Perizinan Melakukan Penelitian dan Pengembangan Bagi Perguruan Tinggi Asing, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Asing, Badan Usaha Asing dan Organisasi Asing;
3. Peraturan menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;
4. Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2009 tentang Pembentukan Organisasi Tata Kerja Perangkat Daerah Kabupaten kerinci sebagaimana telah diubah terakhir dengan Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2013 tentang Perubahan ketiga atas Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2009 tentang Pembentukan, Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kabupaten Kerinci;
5. Peraturan Bupati Nomor 6 Tahun 2014 tentang Uraian Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kerinci.

Memperhatikan : Proposal yang bersangkutan

Memberikan izin kepada : Nomor Urut : 531
Nama : YOLA EKA PUTRI
NIM / NPM : 22100402041
Agama : ISLAM
Pekerjaan : Mahasisw/i
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
Kebangsaan : INDONESIA
No HP : 081211580946
Alamat : Desa Simpang Belui Kec. Depati Tujuh

Untuk : Mengadakan Penelitian
Judul : ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI DESA BELUI BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Tempat Penelitian : Desa Belui Kec. Depati Tujuh

Waktu : 17 November 2025 s/d 17 Februari 2026

1. Sebelum melakukan Penelitian terlebih dahulu melaporkan kepada Kaban/Kadis/Kakan/Instansi yang bersangkutan untuk mendapat petunjuk seperlunya.
2. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan dan adat istiadat yang berlaku ditempat penelitian.
3. Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak ada kaitannya dengan Judul Penelitian dimaksud.
4. Laporan Hasil Penelitian disampaikan kepada Bupati Kerinci melalui Badan Kesbangpol Kabupaten Kerinci dan disampaikan kepada OPD dan atau Lembaga yang menjadi Objek Penelitiannya.
5. Tidak menggunakan Surat Rekomendasi Izin Penelitian ini untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan Pemerintah.
6. Tetap patuh dan mentaati protokol kesehatan selama melaksanakan penelitian.
7. Surat Rekomendasi Izin Penelitian ini akan dicabut kembali apabila pemegangnya tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Demikianlah untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

BUKIT TENGAH, 17 November 2025
KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
KABUPATEN KERINCI



REDI ASRI, SH, MH
Pembina Utama Muda IV/c
NIP 196805281993021001

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Bapak Bupati Kerinci (sebagai laporan)
2. Sdr. Kepala Desa Belui
3. Sdr. Yang Bersangkutan

CS Dipindai dengan CamScanner

Dokumen ini telah diandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Yola Eka Putri
Nim : 2210402041
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat Tanggal Lahir : Simpang Belui, 06 Maret 2004
Nama Ayah : Helmi Edisar
Nama Ibu : Yenni Susana

NO	PENDIDIKAN	TEMPAT	TAHUN
1	SDN 36/III BELUI	BELUI	2011-2016
2	SMPN 15 BELUI	BELUI	2016-2019
3	SMKN 5 BELUI	BELUI	2019-2022
4	IAIN KERINCI	SUNGAI PENUH	2022- SEKARANG