



**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK TERHADAP
VOLUME PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Salim Bakery Padangsidempuan)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Dan Bisnis Islam*

OLEH :

**DEDET CANDRA
NIM. 1440200057**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2019



**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK TERHADAP
VOLUME PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**
(Studi Kasus Salim Bakery Padangsidempuan)

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat Mencapai
Gelara Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Dan Bisnis Islam*

OLEH:

**DEDET CANDRA
NIM. 1440200057**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

PADANGSIDIMPUAN

TAHUN 2019



**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK TERHADAP
VOLUME PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

(Studi Kasus Salim Bakery Padangsidimpuan)

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Dan Bisnis Islam*

Oleh:

**DEDET CANDRA
NIM: 1440200057**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

Dr. IKHWANUDDIN HARAHAP, M. Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

PEMBIMBING II

H. ALI HARDANA M.Si

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2019**



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

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Skripsi
a.n **DEDET CANDRA**

Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Februari 2019

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **DEDET CANDRA** yang berjudul: "*Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Salim Bakery Padangsidimpuan)*".

Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen dan Bisnis Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah menjalani sidang munaqasah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Walaikumsalam Wr. Wb

PEMBIMBING I

Dr. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

PEMBIMBING II

H. Ali Hardana, M. SI

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **DEDET CANDRA**
NIM : 1440200057
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Manajemen Bisnis-1)
Judul Skripsi : **“Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Salim Bakery Padangsidempuan)”**.

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana yang tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Februari 2019

Saya yang Menyatakan,



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DEDET CANDRA
Nim : 14 402 00057
Jurusan : Ekonomi Syariah (Manajemen Bisnis-1)
Fakulta : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Salim Bakery Padangsidempuan)"**.

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan

Pada tanggal, Februari 2019

Yang Menyatakan,


DEDET CANDRA
14 402 00057



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : DEDET CANDRA
Nim : 14 402 00057
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah-2 MB-1
Judul Skripsi : Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume
Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus
Salim Bakery Padangsidempuan)

Ketua,

Dr. Kamaluddin, M. Ag
NIP.19651102 199103 1 001

Sekretaris,

Nofinawati, MA
NIP. 19821116 201101 2 003

Anggota

Dr. Kamaluddin, M. Ag
NIP.19651102 199103 1 001

Nofinawati, MA
NIP. 19821116 201101 2 003

Muhammad Isa, MM
NIP.19800605 201101 1 003

Windari, MA
NIP. 19830510 201503 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Jum'at/21 Juni 2019
Pukul : 14.00-17.00 WIB
Hasil/Nilai : 73,35 (B)
Predikat : AMAT BAIK
IPK : 3,15



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK TERHADAP
VOLUME PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM (STUDI KASUS SALIM BAKERY
PADANGSIDIMPUAN)**

NAMA : DEDET CANDRA
NIM : 14 402 00057

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah



Padangsidempuan, Agustus 2019

[Handwritten Signature]
Dr. Darwis Harahap, S. HL., M. Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

NAMA : DEDET CANDRA
NIM : 14 402 00057
JUDUL SKRIPSI : Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Salim Bakery Padangsidempuan)

Penjualan yang dilakukan perusahaan ditentukan oleh permintaan konsumen dan salah satu hal yang mempengaruhi permintaan konsumen dalam suatu produk adalah harga jual produk yang bersangkutan. Selama ini karena adanya penetapan harga penjualan sebelum dikalkulasikan dengan sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan, maka hasil produksi perusahaan tersebut akan diserahkan pada bagian pemasaran untuk menetapkan harga jual produk. Salim Bakery merupakan salah satu perusahaan industri makanan rumahan yang memiliki strategi dan metode untuk meningkatkan volume penjualan dalam setiap periode produksi bahkan peningkatan tersebut bisa dilihat dari laporan penjualan perbulannya. Hal inilah yang mendasari peneliti melakukan peninjauan dan analisis dalam strategi penetapan harga jual produk yang berdampak pada tingkat volume penjualan dalam perspektif ekonomi Islam. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penetapan harga jual produk pada Salim Bakery Padangsidempuan dan bagaimana tingkat volume penjualan yang di hasilkan dalam perspektif ekonomi islam.

Pembahasan penelitian ini juga menjelaskan faktor-faktor yang menjadi penentu dalam penetapan harga jual produk yang berkaitan dengan strategi yang digunakan dalam penetapan harga jual produk dan volume penjualan yang mengalami peningkatan yang sangat signifikan setiap tahunnya dan sesuai dengan perspektif ekonomi islam.

Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi pada perusahaan terkait.

Dari hasil penelitian tentang analisis penetapan harga jual produk pada Salim Bakery Padangsidempuan telah diterapkan strategi-strategi dalam penetapan harga jual produk melalui faktor-faktor penentu harga seperti biaya produksi, biaya pemasaran dan lain-lain yang dimanajemen secara baik. Dan penerapan secara baik tersebut berdampak baik pula pada volume penjualan dalam perspektif ekonomi islam yang dapat dilihat dari peningkatannya yang sangat signifikan, bahkan peningkatan tersebut dapat dilihat dari laporan penjualan tiap bulannya.

Kata Kunci: *Volume Penjualan Dalam Perspektif Islam, Penetapan Harga*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan tujuan dan waktu yang diharapkan dengan judul **“Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Salim Bakery Padangsidempuan)”** penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 dalam bidang Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi Syariah IAIN Padangsidempuan.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti banyak menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu peneliti menerima kritik dan saran pembaca. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan segala bantuan, motivasi, bimbingan dan saran dari awal hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini izinkanlah peneliti mengucapkan rasa terimakasih yang tulus dan penghormatan yang tinggi kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, selaku Rektor IAIN Padangsidempuan. Kepada Bapak Dr. H. Darwis Dasopang, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.
3. Ibu Delima Sari Lubis, S.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.
4. Dr. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan serta bimbingannya kepada peneliti.
5. Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag selaku pembimbing I dan Bapak H. Ali Hardana, M. Si selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
8. Teristimewa kepada Ibunda tercinta dan Ayahanda tercinta yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya, serta terimakasih

juga kepada semua adik-adik saya, karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi peneliti.

9. Teristimewa kepada sahabat-sahabat peneliti yang sering memberikan bantuan motivasi dan semangat untuk peneliti yang terkhusus buat Cecilia Devinta Sari Sho Batubara, Nila Rizki Batubara, serta teman-teman Ekonomi Syariah 2 Manajemen Bisnis angkatan 2014 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.
10. Kepada Pimpinan Salim Bakery Padangsidempuan yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga segala amalan yang baik tersebut akan memperoleh balasan Rahmat dan Karunia dari Allah SWT. Akhir kata, peneliti berharap semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padangsidempuan, Februari 2019

Peneliti,

DEDET CANDRA
NIM. 14 402 00057

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam translit erasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translit erasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— ُ	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
...ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
...و	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ا	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
...و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Translit erasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dummah, translit erasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, translit erasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditranslit erasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam translit erasi in tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddahitu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال. Namun dalam tulisan translit erasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditranslit erasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam translit erasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu di satukan dengan

kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman translit erasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman translit erasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Perusahaan	42
1. Sejarah Singkat Salim Bakery Padangsidempuan	42
2. Struktur Organisasi Salim Bakery Padangsidempuan	43
3. Tugas dan Tanggung Jawab Masing-Masing Struktur Organisasi	44
B. Deskripsi Hasil Penelitian	50
1. Analisis Penetapan Harga Jual Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Salim Bakery Padangsidempuan	50
2. Tingkat Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Salim Bakery Padangsidempuan.....	56
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
BAB V: PENUTUP	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1

Struktur Organisasi Salim Bakery Padangsidempuan

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Penjualan Salim Bakery Padangsidempuan
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu
Tabel IV.1	Laporan Penjualan Bulan Oktober 2018
Tabel IV.2	Laporan Penjualan Bulan November 2018
Tabel IV.3	Laporan Penjualan Bulan Desember 2018

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, seperti penjualan kue di Indonesia banyak perusahaan yang berorientasi pada konsumen. Dalam pengertian bahwa perusahaan menggunakan strategi pemasaran yang terintegrasi dengan tujuan meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam menentukan pilihan.

Di dalam lingkungan bisnis yang disertai dengan globalisasi ekonomi berdampak terhadap 3C yang meliputi *customer, competition and change*.¹ Saat ini *customer* yang memegang kendali bisnis, yang sebelumnya produsen yang menentukan produk dan jasa apa yang harus disediakan di pasar. Dengan demikian perilaku konsumen dapat digunakan sebagai alat untuk melihat peluang baru yang timbul ataupun untuk mengantisipasi persaingan yang sedemikian ketatnya ini.

Untuk bertahan hidup, berkembang dan dapat bersaing maka perusahaan harus mampu menjaga tingkat kepuasan konsumennya. Berbagai cara untuk menjaga kepuasan konsumen, salah satunya adalah dengan selalu meningkatkan kualitas produk yang dijual, dan selalu memperhatikan dan sebisa mungkin tidak menaikkan harga produk yang dijual.

Dalam dunia usaha, persaingan sudah sangat umum terjadi, persaingan bisnis yang ketat menuntut setiap perusahaan untuk saling berkompetensi,

¹ Helmalia, "Penerapan Manajemen Perubahan Dengan Analisis Turn Around Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan," dalam *Jurnal Lembaga keuangan dan Perbankan*, Volume 1, No. 2, Juli 2016, hlm. 183.

sehingga setiap perusahaan perlu memperhatikan efektifitas dan efisiensi dalam pendayagunaan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan. Untuk itu perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut.

Hampir semua perusahaan di Indonesia baik perusahaan jasa maupun perusahaan manufaktur telah mengalami dampak dari krisis ekonomi. Ada beberapa hal yang menjadi ancaman bagi kelangsungan hidup perusahaan. Salah satunya adalah daya beli masyarakat yang semakin menurun.

Perusahaan industri saat ini semakin berkembang dan prospeknya semakin baik untuk masa yang akan datang. Dalam perusahaan industri, berkembangnya perusahaan sangat bergantung pada laba yang diperoleh dari hasil operasionalnya yaitu biaya dalam menciptakan produk dan pengembangan produknya.

Sektor industri telah mengalami peningkatan yang dramatis dibandingkan perekonomian sebelumnya, sehingga sektor ini dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian dunia, setidaknya ada beberapa alasan yang dapat menjelaskan fenomena ini, yaitu dipicu oleh beberapa perubahan diantaranya: perubahan demografis, perubahan sosial, perubahan ekonomi, dan perubahan politik dan hukum.

Kontribusi ini dapat dilihat dari segi laba maupun kemampuan dalam menyerap tenaga kerja, perusahaan yang mencari keuntungan harus dapat memperkirakan segala biaya dalam memproduksi barang atau produk tersebut dan pemasaran produk tersebut serta menambahkan margin agar mendapatkan keuntungan yang memuaskan.

Harga pada suatu perusahaan industri sangat mempengaruhi volume dalam penjualan. Pengusaha perlu memikirkan tentang harga jual secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut, penetapan harga jual yang tepat tidak selalu berarti bahwa harga haruslah ditetapkan rendah atau serendah mungkin.² Karena banyak konsumen yang mempertimbangkan harga dalam memakai sebuah produk yang ditawarkan.

Pada industri yang sudah ada saat ini bervariasi sesuai dengan dinamika yang terjadi pada sektor industri lainnya, seperti industri pabrik dan perumahan yang mempunyai prospek yang semakin menjanjikan.

Dalam penetapan harga, manajer harus mengukur potensi dampak sebelum menetapkan harga akhir, untuk tujuan ini, maka ada dua alat utama (yang sering dibandingkan):³

1. Penetapan harga berorientasi biaya: para manager menghitung biaya untuk menyediakan bagi pembelanja (sewa, upah dan biaya produksi). Ketika mereka menjumlahkan biaya-biaya dan menambahkan angka untuk meraih laba, dan menghasilkan *mark up*.
2. Analisis titik impas: para manager menaksir biaya total versus pendapatan untuk berbagai volume penjualan. Analisis ini menunjukkan pada harga jual tertentu, kemungkinan hasil keuangan jumlah rugi atau laba untuk setiap volume penjualan. Jumlah unit yang harus dijual yang dapat menghasilkan pendapatan total yang sama dengan total biaya yang dikeluarkan disebut titik impas, yang tidak menghasilkan laba.

² Gito Sudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Bfe Yogyakarta, 1999), hlm. 223.

³ Sunadi, dan Primastiwi Anita, *Bisnis Pengantar* (Yogyakarta: CAPS, 2012), hlm. 205.

Penetapan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi. Melalui biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, kondisi perekonomian secara umum, elastisitas harga produk dan sebagainya. Karena itu, penentuan harga jual produk haruslah merupakan kebijakan yang harus benar-benar dipertimbangkan secara matang dan terintegrasi. Kebijakan harga yang dipilih perusahaan akan berpengaruh secara langsung terhadap berhasil tidaknya perusahaan mencapai tujuannya.

Dalam hal ini harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, oleh sebab itu salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang dijual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.⁴

Selain itu dalam fiqih Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *As-şaman* dan *As-si'r*. *As-şaman* adalah patokan harga suatu barang, sedangkan *As-si'r* adalah harga yang berlaku secara aktual di dalam pasar. Ulama fiqih membagi *As-si'r* menjadi dua macam. Pertama, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah dalam harga yang berlaku secara alami, tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat

⁴ Rudianto, *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk pengambilan Keputusan Manajemen* (Jakarta: Grasindo, 2013), hlm. 231.

membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang ataupun produsen. Kedua, harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang riil dan daya beli masyarakat. Penetapan harga pemerintah dalam pemerintah ini disebut dengan *At-tas'ir Al-jabbari*.⁵

Membatasi harga berarti meniadakan kebebasan harga. Pematokan harga tersebut membahayakan, bahkan termasuk sangat membahayakan umat dalam keadaan perang maupun damai. Pematokan harga tersebut membahayakan kerusakan dan mempengaruhi produksi, bahkan juga dapat menyebabkan krisis (resesi) ekonomi.⁶

Dalam hal ini penetapan harga harus memperhatikan hal-hal yang mana yang dilarang dan mana yang tidak dalam hukum Islam. Kesalahan dalam penentuan harga dapat menimbulkan berbagai konflik dan konsekuensi yang dampaknya berjangkauan jauh. Tindakan penetapan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan para pedagang tidak disukai oleh para pembeli.

Volume penjualan adalah total penjualan yang diperoleh dalam suatu periode dimana penjualan merupakan pendapatan yang diterima dari pertukaran barang atau jasa dari tangan pemiliknya kepada pemilik baru (pembeli) dengan suatu harga tertentu. Terlihat dari perkembangan berbagai industri makanan seperti perusahaan industri makanan yang sudah ada (umum), profesional, sampai perusahaan nirlaba. Karena seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan

⁵ Setiawan Budi Utomo, *Fiqih aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)* (Jakarta: Gema Insani, Tt), hlm. 90.

⁶ An-Nabhani, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif* (Solo: Ramadhani, 2000), hlm. 213.

teknologi (IPTEK) serta meningkatnya kesejahteraan masyarakat sangat berpengaruh terhadap globalisasi perekonomian dunia. Di jaman modern saat ini, orang-orang sibuk bekerja sehingga menjadikan banyaknya tuntutan dapat hidup dengan layak, serba praktis dan dinamis.

Keterbatasan waktu yang dimiliki menjadikan mereka tidak ingin direpotkan dengan berbagai hal, seperti membuat makanan untuk keluarga, kerabat, teman dekat, dalam acara tertentu dan sebagainya. Mereka tidak mempunyai waktu yang cukup untuk membuat makanan yang ingin mereka buat dan butuhkan untuk acara tertentu. Berkenaan dengan hal tersebut terdapat banyaknya perusahaan industri makanan yang ada di Padangsidempuan, misalnya Horas Bakery, OnDo Bakery, Reza Bakery, Salim Bakery, Sidempuan Bakery dan industri makanan lainnya yang bergerak dibidang industri kue dan roti.

Persaingan yang terjadi dalam industri kue dan roti juga terjadi persaingan yang ketat. Hal ini dapat dilihat banyaknya perusahaan-perusahaan yang mendirikan perusahaan yang sama di wilayah Padangsidempuan. Selain itu terlihat bahwa perusahaan industri kue dan roti yang terlihat paling digemari masyarakat Padangsidempuan adalah Salim Bakery.

Toko roti Salim Bakery adalah salah satu perusahaan roti dan kue yang berdiri ditahun 2009. Namun, ditetapkan pemerintah kota Padangsidempuan sebagai usaha dagang pada 29 maret 2016. Dan perusahaan ini pertama kali didirikan oleh Judni Salim. Perusahaan roti Salim Bakery beralamat di Jalan Sisingamangaraja Lk II Kel. Batunadua Jae Kec. Padangsidempuan Batunadua.

Perusahaan tersebut dalam persaingan dengan perusahaan industri makanan yang lain juga memiliki strategi dan metode dalam meningkatkannya volume

penjualan. Untuk menguasai pangsa pasar yang tepat sehingga perusahaan dapat memposisikan diri dalam persaingan tersebut perusahaan harus melakukan kebijakan harga, karena tuntutan konsumen untuk mendapatkan pelayanan berkualitas dengan harga jual yang rendah, mendorong perusahaan untuk menetapkan harga jual yang tepat karena secara tidak langsung dapat mempengaruhi volume penjualan bagi perusahaan, karena dalam setiap dunia industri baik produk maupun jasa kegiatan yang dilakukan selalu dikaitkan dengan usaha untuk mencapai keuntungan yang optimal bagi perusahaan mereka, keberhasilan pencapaian keuntungan tersebut sangat bergantung pada perencanaan dan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat bertahan dan berkembang.

Persaingan di dunia bisnis seperti toko roti dan kue di Padangsidimpuan terlihat pada perusahaan Salim Bakery, karena perusahaan tersebut menurut hasil pra survey merupakan perusahaan yang diminati konsumen akan produk dan layanan yang diberikan. Toko roti Salim Bakery merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kuliner atau makanan yang memproduksi berbagai jenis roti seperti *Roti tawar, Pizza, Batter Coklat, Cake Dan Lain-lain*. Salim Bakery merupakan perusahaan yang berdiri pada tahun 2014 yang dikerjakan oleh tenaga-tenaga *professional* yang ahli dibidangnya. Perusahaan yang sudah 4 tahun ini berdiri, memiliki jumlah konsumen yang sangat banyak. Hal ini diperkuat dengan data penjualan toko roti Salim Bakery.⁷

⁷ Dokumen Penjualan, *Salim Bakery*, Diolah Pada Tanggal 14 Maret 2018.

Tabel I
Data Penjualan Salim Bakery per 50 pcs

No.	Jenis Produk	Harga/Pcs	Penjualan
1.	Roti Tawar	Rp. 10.000-12.000	Rp. 500.000- 600.000
2.	Butter Coklat	Rp. 12.000	Rp. 600.000
3.	Donat	Rp. 10.000	Rp. 500.000
4.	Panggang	Rp. 12.000	Rp. 600.000
5.	Gandeng-gandeng	Rp. 8.000-10.000	Rp. 400.000- 600.000
6.	Manis Gandeng	Rp. 6.000	Rp. 300.000
7.	Roti Sobek	Rp. 10.000-12.000	Rp. 500.000- 600.000
8.	Roti Aneka Rasa Bulat	Rp. 15.000	Rp. 750.000
9.	Roti Topping	Rp. 5.000	Rp. 250.000
10.	Pizza	Rp. 5.000	Rp. 250.000
11.	Abon	Rp. 5.000	Rp. 250.000
12.	Pia Kacang Hitam	Rp. 10.000	Rp. 500.000
13.	Burger	Rp. 8.000	Rp. 400.000
14.	Mocca Seres	Rp. 10.000-11.000	Rp. 500.000- 550.000
15.	Bolu Gulung	Rp. 26.000	Rp. 1.300.000
16.	Cake Buah	Rp. 10.000	Rp. 500.000
17.	Kue Lapis Surabaya	Rp. 10.000	Rp. 500.000
18.	Brownies Cup	Rp. 15.000	Rp. 750.000
19.	Brownies Bijian	Rp. 5.000-6.000	Rp. 250.000- 300.000
20.	Mapin Cup	Rp. 12.000	Rp. 600.000
21.	Mapin Bijian	Rp. 5.000	Rp. 250.000
22.	Brownies Besar	Rp. 25.000	Rp. 1.250.000

Sumber : Data Olahan Toko Roti Salim Bakery 2018

Total penjualan pada tahun 2015 mencapai Rp. 376.100.000 kemudian pada tahun 2016 mencapai Rp. 399.800.000 dan pada tahun 2017 mencapai Rp. 437.515.000. Dari data tersebut bisa diketahui bahwa penikmat atau pelanggan di Salim Bakery sangat potensial. Hal ini berkaitan dengan manajemen yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut, salah satunya dilihat dari harga. Dari data di atas juga dapat dijelaskan bahwa dalam tiga tahun terakhir penjualan kue dan roti Salim Bakery menunjukkan peningkatan, hal ini dapat dilihat dari laba kotor perusahaan dalam tiga tahun terakhir.

Penentuan harga dalam pasar itu ditentukan oleh *supply and demand* atau *ard wa ta'ab* (kekuatan penawaran dan permintaan). Antara permintaan dan penawaran harus terjadi rela sama rela yang tidak ada unsur terpaksa atau tertipu dalam melakukan transaksi barang.⁸

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Studi Kasus Salim Bakery Padangsidempuan)**.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka peneliti membatasi istilah sebagai berikut :

1. Penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan toko roti Salim Bakery.
2. Penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan toko roti Salim Bakery dalam perspektif ekonomi Islam.

Adapun batasan-batasan masalah yang akan dikemukakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya meneliti toko roti Salim Bakery.
2. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran yang memberikan pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya pengeluaran.⁹

⁸ Asman Yuliar, “Analisis Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Pada Pasar Oligopoli,” dalam *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Volume 13, No. 4, 2012, hlm. 3.

⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), hlm. 151.

3. Masalah yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah mengenai penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan dalam perspektif ekonomi Islam.

C. Batasan Istilah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka batasan istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa.¹⁰ Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga menjadi perhatian utama para konsumen saat mencari suatu produk sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli produk maupun menggunakan jasa tertentu. Dari kebiasaan tersebut, strategi penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun produk yang ditawarkan.¹¹
2. Strategi penetapan harga jual produk yang mempengaruhi psikologis konsumen juga sering digunakan para pengusaha untuk meningkatkan penjualan.
3. Kesalahan dalam penentuan harga dapat menimbulkan berbagai konflik dan konsekuensi yang dampaknya berjangkauan jauh. Tindakan penetapan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan para pedagang tidak disukai oleh para pembeli.¹²

¹⁰ Ismail Nawawi, *Islam dan Bisnis* (Surabaya: VIV Press, 2001), hlm. 751.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 751.

¹² Muhammad Birusman Nuryadin, "Harga Dalam Perspektif Islam", dalam *Jurnal Mazalib*, Volume 4, No. 1, Juni 2007, hlm. 86.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari beberapa pokok bahasan yang akan peneliti kembangkan yaitu:

1. Bagaimana strategi penetapan harga jual produk pada Salim Bakery Padangsidempuan?
2. Bagaimana tingkat volume penjualan pada Salim Bakery Padangsidempuan dalam perspektif Ekonomi Islam?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada dasarnya mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi penetapan harga jual produk pada Salim Bakery Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui bagaimana tingkat volume penjualan pada Salim Bakery Padangsidempuan dalam perspektif ekonomi Islam.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diambil atau diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah:

1. Memberikan bukti empiris tentang bagaimana penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan pada Salim Bakery Padangsidempuan.
2. Bagi perusahaan Salim Bakery, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam membuat kebijakan yang berhubungan dengan penetapan harga jual produk agar dapat menjadi acuan sebagai bentuk manajemen dan strategi perusahaan untuk memajukan perusahaan ditengah persaingan yang sangat ketat dalam meningkatkan ketertarikan akan konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan sebagai sumber referensi tambahan untuk memperluas keilmuan tentang bagaimana arah perkembangan dunia

usaha, dan kemungkinan dapat dijadikan sebagai acuan langkah yang akan diambil.

4. Bagi peneliti sangat berguna untuk menambah wawasan serta pengetahuan terutama dalam mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap volume penjualan pada perusahaan dan untuk mengetahui keadaan secara langsung usaha-usaha yang dilakukan perusahaan dalam menentukan harga produk sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Selain itu, diharapkan dengan adanya penelitian ini akan mempermudah bagi siapa saja yang nantinya ingin mengkaji atau meneliti tentang penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan dalam perspektif ekonomi Islam.

G. Sistematika pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I berisikan pendahuluan terdiri atas latar belakang masalah yaitu berisikan uraian yang mengantarkan kepada masalah dan menunjukkan adanya masalah yang menjadi objek penelitian. Kemudian batasan masalah, yaitu agar masalah yang akan diteliti lebih fokus dan terarah sehingga masalah penelitian tidak melebar. Kemudian batasan istilah, yaitu dimaksudkan untuk memberikan batasan ruang lingkup dari objek penelitian. Kemudian rumusan masalah ialah penjabaran hal hal yang menjadi pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian. Kemudian tujuan penelitian adalah jawaban terhadap rumusan masalah atau berupa pernyataan. Kegunaan penelitian menjelaskan manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian.

BAB II berisikan tinjauan pustaka terdiri atas kerangka teori yaitu berisikan tentang teori atau konsep yang dapat mendukung masalah penelitian agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

BAB III berisikan metodologi penelitian membahas lokasi dan waktu penelitian yang dilaksanakan pada bulan Oktober sampai dengan Februari 2019 pada Salim Bakery Padangsidempuan yang berada di Jalan Sisingamangaraja, Lingkungan II Kel. Batunadua Jae, Kota Padangsidempuan, jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, sumber data yaitu berupa data primer dan data sekunder, serta teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara serta analisis data yang dilakukan melalui tahapan tahapan mulai dari menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber kemudian reduksi data dan penyusunan dalam satuan-satuan yang kemudian data tersebut diuji keabsahannya. Teknik pengecekan keabsahan data yang terdiri dari uji Kredibilitas, Transferabilitas, Dependabilitas dan Konfirmabilitas.

BAB IV berisikan tentang pembahasan dan hasil penelitian terdiri dari gambaran umum perusahaan, hasil uji analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V berisikan tentang penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang merupakan akhir dari keseluruhan uraian yang telah dikemukakan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Volume Penjualan

a. Pengertian Volume Penjualan

Volume adalah tingkat aktivitas perusahaan baik produksi maupun penjualan. Penjualan merupakan rekening pendapatan yang lazim dalam perusahaan. Penjualan menggambarkan suatu ukuran dari kenaikan aktiva yang disebabkan penjualan produk atau persediaan barang dagang perusahaan.

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin tinggi jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin tinggi kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal yang penting yang harus di evaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi.¹

Menurut Basu Swasta dan Ibnu Sukotjo “Penjualan merupakan fungsi paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan untuk mencapai pasar yang dituju. Fungsi penjualan merupakan sumber pendapatan yang diperlukan untuk menutup ongkos-ongkos dengan harapan bisa mendapatkan laba.”²

¹ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisa Kasus Integrated Marketing Communication* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 17.

² Basu Swasta dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm, 183.

Volume penjualan merupakan penjualan yang dinyatakan dalam jumlah penjualan banyaknya satuan fisik atau jumlah uang yang harus dicapai. Volume penjualan adalah jumlah unit produk atau jasa yang dijual. Yang termasuk dalam pendapatan penjualan meliputi jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa yang disediakan selama periode berjalan.³ Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu yang di dalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik dan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari penjualan produk yang di lakukan perusahaan. Volume penjualan juga merupakan total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

Volume penjualan dihitung berdasarkan target yang di asumsikan dengan realisasi yang dicapai. Apabila volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat. Besar kecilnya hasil penjualan atau volume penjualan merupakan pengaruh dari perubahan harga jual atau satuan produk dan pengaruh dari perubahan volume produk yang dijual atau yang dihasilkan perusahaan.

³ Henry Simamora, *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 24.

Salah satu tujuan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usahanya yaitu tercapainya tingkat volume penjualan yang diinginkan oleh perusahaan tersebut baik berupa barang atau jasa. Dengan volume penjualan perusahaan dapat menghasilkan pendapatan dan memperoleh laba yang diharapkan. Sehingga peningkatan volume penjualan sangat diperlukan oleh perusahaan agar dapat mencapai laba serta kelangsungan hidup perusahaan dapat dipertahankan.

Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, diantaranya adalah:

- a) Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
- b) Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
- c) Mengadakan analisa pasar.
- d) Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
- e) Mengadakan pameran.
- f) Mengadakan diskon atau potongan harga.⁴

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

- a) Produk

Produk adalah barang atau jasa yang dijualkan oleh suatu perusahaan. Salah satu tugas utama dari manajemen penjualan adalah desain produk. Pada umumnya, produk yang dianggap paling sukses adalah produk yang mengalami siklus kehidupan dengan dimulai dari

⁴ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 445.

tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan kemudian tahap kemunduran.⁵

b) Harga

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk guna memenuhi kebutuhan. Penetapan suatu harga produk yang dihasilkan merupakan salah satu usaha produsen untuk menarik para konsumen agar mau membeli dalam jumlah banyak.

c) Distribusi

Distribusi merupakan pernyataan barang dari produsen ke konsumen. Semakin luas pendistribusian suatu produk maka akan mempengaruhi penjualan.

d) Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan menginformasikan, membujuk, mempengaruhi dan meningkatkan konsumen agar membeli produk yang dihasilkan perusahaan. Dalam kegiatan promosinya, produsen barang industri lebih banyak menitik-beratkan pada *personal selling* daripada periklanan, meskipun keduanya sering pula dilakukan bersama-sama. Kegiatan promosi yang banyak dipakai untuk barang konsumsi adalah periklan dan promosi penjualan seperti kupon berhadiah, sampel, peragaan ditoko dan sebagainya.⁶

⁵ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 1997), hlm. 221.

⁶ *Ibid.*, hlm. 174.

2. Konsep Harga dan Produk

A. Pengertian Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut.⁷

Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga di defenisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dalam hal ini harga merupakan cara bagi seseorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada aktu dan tempat tertentu.

Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk. Dalam ilmu Ekonomi harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk sekaligus sebagai variabel yang menentukan komparasi produk atau barang sejenis.

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.

⁷ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 1997), hlm. 277.

Penentuan harga dan persaingan harga telah dinilai sebagai masalah utama yang dihadapi perusahaan. Keputusan-keputusan mengenai harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.⁸

Faktor internal, keputusan harga disesuaikan dengan sasaran pemasaran, misalnya: sasarannya adalah untuk bertahan hidup yaitu dengan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk yang ditawarkan laku dipasaran, harga murah tapi dalam kondisi yang menguntungkan.

Faktor eksternal, yaitu pasar dan permintaan konsumen merupakan plafon harga (harga tinggi). Konsumen akan membandingkan harga suatu produk dengan manfaat yang dimilikinya. Oleh karena itu dalam menetapkan harga harus dipahami dulu hubungan antara harga dan permintaan terhadap suatu produk. Harga tawaran kompetitor perlu diketahui untuk menentukan harga sesuai reaksi setelah penentuan harga diberlakukan.⁹

Sementara produk dalam artian bisnis adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Sedangkan dalam marketing produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan keinginan untuk kebutuhan. Penetapan harga produk adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk yang dihasilkan.

Penetapan harga memiliki fungsi yang sangat luas dalam program pemasaran. Menetapkan harga berarti bagaimana mempertahankan produk

⁸ Agus Sucipto, *Studi Kelakan Bisnis Analisa Integratif dan Studi Kasus* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 68.

⁹ *Ibid.*, hlm. 69.

dengan aspirasi sasaran pasar. Dalam penetapan harga produsen harus memahami secara mendalam besaran sensitifitas konsumen terhadap harga.

b. Jenis-Jenis Harga

Ada beberapa jenis jenis harga di dalam aktivitas perekonomian. Adapun beberapa jenis harga tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Harga Subjektif, harga yang ditetapkan berdasarkan taksiran atau opini seseorang.
- b) Harga Objektif, harga yang telah disepakati oleh pembeli dan penjual.
- c) Harga Pokok, adalah nilai riil suatu produk atau jumlah nilai yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tertentu.
- d) Harga Jual, harga pokok ditambah dengan besarnya keuntungan yang diharapkan produsen.

c. Pengertian Produk

Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya, apapun wujudnya selama itu dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan maka dapat kita katakan sebagai produk.

Philip kotler mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.¹⁰

Dalam praktiknya produk terdiri dari dua jenis yaitu berkaitan dengan benda berwujud dan tidak berwujud. Benda berwujud merupakan produk

¹⁰ Kasmir dan Jakfar, *Studi kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 52.

yang dapat dilihat, diraba dan dirasakan. Contohnya buku, meja, rumah, mobil dan lain lain. Sedangkan produk yang tidak berwujud biasanya disebut jasa, jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana seperti pribadi, tempat, kegiatan dan ide-ide. Contohnya dalam bidang perbankan, yang dijual dalam bidang perbankan adalah jasanya. Misalnya tabungan yang merupakan suatu bukti riil kepada nasabah yang memiliki suatu simpanan pada suatu bank tertentu.¹¹

Dalam hal ini, Kotler dan Garry Armstrong membagi atribut produk yaitu:

a) Mutu Produk

Mutu adalah salah satu alat yang penting bagi pemasaran untuk menetapkan posisi. Mutu produk berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lain.

b) Sifat-Sifat Produk

Suatu produk dapat ditawarkan dengan berbagai sifat. Sifat adalah alat bersaing untuk membedakan produk perusahaan dari produk pesaing. Menjadi produsen pertama yang memperkenalkan sifat baru yang dibutuhkan dan dinilai tinggi oleh pelanggan adalah salah satu cara paling efektif untuk bersaing.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 195.

c) Rancangan Produk

Rancangan produk adalah proses merancang gaya dan fungsi produk, menciptakan produk yang menarik, mudah, aman, tidak mahal untuk dipergunakan dan diservis serta sederhana dan ekonomis untuk dibuat dan di distribusikan.¹²

3. Pandangan Islam Tentang Penetapan Harga

Penetapan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan. Allah berfirman dalam surat An-Nisa ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۖ 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 diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”*.¹³

Pada kalimat *“hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil”* artinya ialah sesungguhnya Allah telah melarang kita untuk memakan harta diantara kita dengan batil. Sedangkan makanan adalah harta kita yang paling utama, untuk itu tidak halal bagi kita makan ditempat orang lain.

Kemudian pada kalimat *“janganlah kamu membunuh dirimu”* yaitu dengan melakukan hal-hal yang diharamkan Allah, sibuk melakukan maksiat terhadap-Nya dan memakan harta diantara kalian dengan cara yang batil.

¹² Philip kotler dan Gary Amstrong, *Op.Cit.*, hlm. 279-282.

¹³ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Semarang: Raja Publishing, 2011), hlm. 83.

Dan pada kalimat “*Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu*”, yaitu pada apa yang diperintahkan dan dilarang-Nya untuk kalian.¹⁴

4. Konsep Penjualan Dalam Islam

Dalam Islam keberadaan suatu penjual di pasar, atau tidak adanya pesaing, atau kecilnya persaingan di pasar bukanlah suatu hal yang terlarang. Siapapun boleh berdagang tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual atau ada penjual lain. Akan tetapi, siapapun dia tidak boleh melakukan ikhtikar.¹⁵ Yang disebut dengan ikhtikar adalah mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.

Semakin banyak penjual berarti semakin banyak pilihan pembeli. Penjual yang harganya lebih tinggi tentu akan ditinggalkan pembeli. Hal ini yang mendorong penjual untuk mengikuti saja harga yang berlaku di pasar.

Islam sangat mendorong terjadinya pengembangan harta dengan usaha-usaha yang halal, terutama hal-hal yang berkenaan dengan pemberdayaan *sector rill*. Pada saat Allah SWT melarang riba dan menghalalkan jual beli, sebenarnya Ia melarang segala bentuk pengembangan harta yang tidak berangkat dari *sector rill* seperti tibia yang hanya mengandalkan masa dan sebagai satu bentuk pengembangan harta yang absah.

¹⁴ Abdullah bin Muhammad Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2 Jus 3-6* (Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2008), hlm. 357-359.

¹⁵ Adiwarmarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2012), hlm. 173.

Oleh sebab itu, Al-quran menuntut umatnya agar menjauhi segala bentuk aktivitas pengembangan harta dengan cara yang tidak bisa dibenarkan. Adapun hal yang terlarang tersebut adalah Penipuan (*Tadlis*).¹⁶

Pada dasarnya transaksi jual-beli itu bersifat mengikat. Apabila transaksi tersebut telah sempurna dengan adanya *ijab* dan *qabul* antara penjual dan pembeli, maka transaksi tersebut telah mengikat dan wajib dilaksanakan oleh penjual dan pembeli tersebut. Adapun jenis penipuan yang terjadi pada penjual adalah *tadlis*.

Penipuan ini terjadi apabila si penjual menyembunyikan cacat barang dagangannya dari pembeli, padahal dia jelas-jelas mengetahuinya atau apabila si penjual menutupi cacat tersebut dengan sesuatu yang dapat mengelabui si pembeli. Sedangkan penipuan dari si pembeli adalah jika ia memanipulasi alat pembayarannya atau menyembunyikan manipulasi tersebut, padahal ia jelas-jelas tahu, bahkan untuk mengelabui penjual, tidak jarang pembeli juga mengiming-ngiming untuk memberikan barang tertentu.

Karena yang paling penting bagi pembeli adalah bagaimana barang tersebut bisa dimilikinya. Seperti dalam Q.S Yunus ayat 21.

وَإِذَا أَدَقْنَا لِلنَّاسِ رَحْمَةً مِّنْ بَعْدِ ضَرَاءٍ مَّسَّيَهُمْ إِذَا لَهُمْ مَكْرٌ فِي آيَاتِنَا قُلِ اللَّهُ أَسْرَعُ
مَكْرًا إِنَّ رُسُلَنَا يَكْتُبُونَ مَا تَمْكُرُونَ ﴿٢١﴾

Artinya: *Dan apabila Kami memberikan suatu rahmat kepada manusia, setelah mereka ditimpa bencana mereka segera melakukan segala tipu daya (menentang) ayat-ayat Kami. Katakanlah,*

¹⁶ Azhari Akmal Tarigan, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Bandung: Citapustaka Media, 2016), hlm.198.

*“Allah lebih cepat pembalasannya (atas tipu daya itu).”
Sesungguhnya malaikat-malaikat Kami mencatat tipu dayamu.¹⁷*

Ayat ini menunjukkan betapa cepat para pendurhaka menunjukkan sifat asli mereka. Kecepatan tersebut dipahami bukan saja dari kata *idza* tetapi juga dari kata *adzaqnal*/kami rasakan. Dan orang yang melakukan tipu daya terhadap Allah termasuk kaum *musyirikin*. Allah Swt telah menegaskan bahwa rahmat-Nya sedemikian luas lagi di peroleh semua wujud, bukti kebenaran dari keesaan-Nya.

5. Hubungan Penetapan Harga Produk Dengan Volume Penjualan

Konsep hubungan antara penetapan harga dengan volume penjualan adalah dikarenakan harga suatu barang merupakan penentu bagi permintaan pasar sekaligus akan mempengaruhi posisi persaingan perusahaan. Bagi perusahaan harga akan memberikan hasil agar menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih.

Keputusan tentang penetapan harga harus dipertimbangkan secara matang dan hati-hati karena harga yang layak dan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan namun penetapan harga yang salah akan merugikan perusahaan.

Semakin baik harga jual yang ditetapkan akan meningkatkan volume penjualan produk perusahaan sehingga perusahaan berada dalam posisi yang menguntungkan dan sebaliknya kesalahan dalam menetapkan harga jual akan menurunkan volume penjualan produk perusahaan sehingga perusahaan berada dalam posisi merugi.

¹⁷ Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, hlm. 208.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dan menjadi rujukan bagi penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel II

Penelitian Terdahulu

No.	Nama peneliti	Judul Penelitian	Hasil
1.	Dea Rahmat, Leny Muniroh, Dan Syahlan A Sume/ Skripsi/ Universitas Ibnu Khaldun Bogor/ 2013	Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Cv Yoshiko Bogor (2013)	Hasil penelitian ditemukan bahwa perkembangan grafik penjualan sepatu pada CV Yoshiko Bogor dari tahun 2009 s.d 2011 mengalami kenaikan dan penurunan, hal ini dikarenakan banyaknya suplier-suplier baru. Hasil analisis korelasi sebesar 0,97, hal ini manandakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari penetapan harga terhadap volume penjualan pada CV Yoshiko Bogor, besarnya pengaruh yang diberikan penetapan harga yang diberikan terhadap volume penjualan sebesar 94,9%.
2.	Dewi Karlina/ Skripsi/ Universitas Negeri Surakarta/ 2010	Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang Lancar Abadi Express (2010)	Untuk menguasai pangsa pasar yang tepat sehingga perusahaan dapat memposisikan diri dalam persaingan dan perusahaan harus melakukan kebijakan harga, karena tuntutan

			<p>konsumen untuk mendapatkan pelayanan kualitas dengan harga jual yang rendah, mendorong perusahaan untuk menetapkan harga jual yang tepat karena secara tidak langsung dapat mempengaruhi volume penjualan bagi perusahaan, karena dalam setiap dunia industri baik produk maupun jasa kegiatan yang dilakukan selalu dikaitkan dengan usaha untuk mencapai keuntungan yang optimal bagi perusahaan.</p>
3.	Hendri Saragih/ Jurnal/ Universitas Methodist Indonesia/ 2015	Analisis Penetapan Harga dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Nutricia Indonesia Sejahtera Medan (2015)	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel harga jual produk adalah 1,994 untuk produk Nutrilon Royal. Artinya, setiap peningkatan harga jual sebesar 1 akan menurunkan volume penjualan sebesar 1,994 unit produk Nutrilon Royal. Koefisien determinasi (R Square) antara harga produk dengan volume penjualan adalah sebesar 0,940 untuk produk Nutrilon Royal. Artinya, untuk produk Nutrilon Royal sebesar 94,00 % dari perubahan volume penjualan dapat di jelaskan oleh variabel harga jual produk.</p>

			<p>Nilai t-hitung dari koefisien regresi adalah sebesar 6,882 untuk produk Nutrilon Royal, lebih besar dari nilai t-tabel dari 5% sebesar 2,324, sehingga diputuskan untuk menolak H₀ dan menerima H₁. Hipotesis yang menyatakan bahwa harga produk berpengaruh negatif dan nyata terhadap volume penjualan produk pada PT. Nutrisia Indonesia Sejahtera Medan dapat diterima pada tingkat kepercayaan dimana persentase penurunan kuantitas penjualan produk lebih cepat atau lebih besar dibanding dengan persentase peningkatan harga jual, sehingga setiap peningkatan harga jual menyebabkan penurunan volume penjualan nyata. Penentuan harga jual produk pada perusahaan terlalu dipengaruhi oleh faktor biaya produksi dan kurang mempertimbangkan permintaan pasar.</p>
4.	Andi Azizah Nur Fitriah/ Skripsi/ Universitas Hasanuddin/ 2013	Pengaruh Harga Jual dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan Telor Itik di Kota Makassar (2013)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan kontribusi dan harga jual dan lokasi terhadap volume

			<p>penjualan telur itik di kota Makassar . dari persamaan regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien regresi yaitu untuk variabel harga jual (X1) dan lokasi (X2) terhadap volume penjualan (Y) memiliki pengaruh negatif, artinya setiap kenaikan nilai variabel harga jual dan lokasi maka akan menyebabkan penurunan volume penjualan telur itik. Kesimpulan dari penelitian ini adalah harga jual dan lokasi berpengaruh nyata terhadap volume penjualan telur itik di Kota Makassar dan besarnya kontribusi pengaruh variabel harga jual dan lokasi terhadap volume penjualan telur adalah 69,95 % dan sisanya 30,1 % di pengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.</p>
--	--	--	--

Berdasarkan penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa penetapan harga produk mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap volume penjualan.

Persamaan antara penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian terdahulu, yaitu:

- a) Persamaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian Dea Rahmat adalah sama-sama menggunakan variabel yang sama yaitu penetapan harga sebagai variabel independen dan volume penjualan sebagai variabel dependen.
- b) Persamaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian Dewi Karlina adalah sama-sama menggunakan variabel yang sama yaitu penetapan harga sebagai variabel independen dan volume penjualan sebagai variabel dependen.
- c) Persamaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian Hendri Saragih adalah sama-sama menggunakan variabel yang sama yaitu penetapan harga sebagai variabel independen dan volume penjualan sebagai variabel dependen.
- d) Persamaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian Andi Azizah Nur Fitriah adalah sama-sama menggunakan volume penjualan sebagai variabel dependen.

Perbedaan antara penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian terdahulu, yaitu:

- a) Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian Dea Rahmat yang pertama adalah konsep penelitian yang peneliti lakukan berdasarkan perspektif ekonomi Islam sementara penelitian Dea Rahmat tidak berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Dan perbedaan yang kedua yaitu tempat penelitian yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian adalah sektor industri rumahan atau perusahaan kecil sedangkan yang

digunakan oleh Dea Rahmat adalah perusahaan-perusahaan dalam sektor besar bahkan yang sudah *go public*.

- b) Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian Dewi Karlina yang pertama adalah konsep penelitian yang peneliti lakukan berdasarkan perspektif ekonomi Islam sementara penelitian Dewi Karlina tidak berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Dan perbedaan yang kedua yaitu tempat penelitian yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian adalah sektor industri rumahan atau perusahaan kecil sedangkan yang digunakan oleh Dewi Karlina adalah perusahaan-perusahaan dalam sektor besar bahkan yang sudah *go public*.
- c) Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian Hendri Saragih yang pertama adalah konsep penelitian yang peneliti lakukan berdasarkan perspektif ekonomi Islam sementara penelitian Hendri Saragih tidak berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Dan perbedaan yang kedua yaitu tempat penelitian yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian adalah sektor industri rumahan atau perusahaan kecil sedangkan yang digunakan oleh Hendri Saragih adalah perusahaan-perusahaan dalam sektor besar bahkan yang sudah *go public*. Kemudian peneliti hanya melakukan analisis dalam penelitian ini sementara Hendri Saragih melakukan analisis dan juga melihat pengaruh yang menjadi variabel dari penelitiannya tersebut.
- d) Perbedaann penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian Andi azizah Nur Fitriah yang pertama adalah konsep penelitian yang peneliti lakukan berdasarkan perspektif ekonomi Islam sementara penelitian Andi azizah

Nur Fitriah tidak berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Dan perbedaan yang kedua yaitu tempat penelitian yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian adalah sektor industri rumahan atau perusahaan kecil sedangkan yang digunakan oleh Andi azizah Nur Fitriah adalah perusahaan-perusahaan dalam sektor besar bahkan yang sudah *go public*. Kemudian Andi azizah Nur Fitriah juga menggunakan dua variabel independen yang berbeda dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu harga jual (X_1) dan lokasi (X_2).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu Penelitian dan Lokasi Penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Oktober 2018 sampai dengan Februari 2019 dan berlokasi di Jalan Sisingamangaraja Lingkungan II Kel. Batunadua Jae. Kec. Padangsidimpun Batunadua, Kota Padangsidimpun.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah jenis penelitian lapangan (*field Research*), yaitu diperoleh dengan melakukan penelitian secara langsung ke toko kue dan roti di Padangsidimpun, khususnya toko kue roti yang memiliki tingkat volume penjualan yang meningkat seperti, Salim Bakery.

Sedangkan data pendukung dan pelengkapya adalah buku-buku yang berkaitan langsung dengan materi pembahasan, maupun dari sumber-sumber lain yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang meneliti tentang “ Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Salim Bakery Padangsidimpun)”. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafah yang digunakan untuk meneliti, dan dalam penelitian kualitatif teori sesungguhnya adalah alat yang akan diuji kemudian dengan data dan instrumen penelitiannya.¹

¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 27.

C. Subjek Penelitian

Subjek Penelitian menurut Suharsimi Arikunto adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Berbicara tentang penelitian berarti bicara tentang unit analisis. Unit analisis yaitu subjek yang menjadi pusat perhatian atau sasaran.² Adapun subjek penelitian yang akan diteliti adalah pelanggan Salim Bakery Penelitian.

D. Sumber Data

Sumber data yang peneliti gunakan pada penelitian ini terbagi menjadi dua macam, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari wawancara dan observasi sumber data pertama di lokasi penelitian atau obyek penelitian. Obyek penelitian ini adalah pemilik dan manajer toko roti Salim Bakery.

2. Sumber Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari data perbandingan penjualan, dan dokumen yang berupa data tertulis seperti buku, majalah, surat kabar, makalah, laporan penelitian dan dokumen lainnya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Salah satu tahap yang penting dalam proses penelitian adalah tahap pengumpulan data. Hal ini karena data merupakan faktor terpenting dalam suatu penelitian, tanpa adanya data yang terkumpul maka tidak mungkin suatu penelitian akan berhasil.

² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), hlm. 145.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah dengan cara:

1. Wawancara

Yaitu suatu bentuk komunikasi verbal atau semacam percakapan yang memerlukan kemampuan responden untuk merumuskan buah pikiran atau peranannya.³ Bentuk wawancara yang dipakai adalah wawancara terstruktur dan wawancara tak berstruktur, cara ini dipakai guna lebih mudah dalam tercapainya suatu tujuan. Penulis menggunakan metode ini sebagai metode pokok dalam memperoleh data dari lokasi penelitian, penulis langsung mewawancarai pemilik dan karyawan toko roti Salim Bakery.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan dokumen lainnya. Metode ini digunakan sebagai pengumpul data mengenai obyek lokasi penelitian yaitu toko roti Salim Bakery, serta gambaran umum perusahaan dan data-data mengenai judul peneliti yaitu analisis penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan dalam perspektif ekonomi Islam.

3. Observasi

Metode observasi adalah pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme itu sesuai tujuan-tujuan empiris.⁴ Pada waktu melakukan

³ S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)* (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), hlm. 98.

⁴ M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metode Penelitian Dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 86.

observasi, peneliti hanya dapat mengamati orang-orang yang sedang melakukan suatu kegiatan tertentu yang di observasi.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data yang akan dilakukan terdiri atas deskripsi dan analisis, isi deskripsi peneliti akan memaparkan data-data atau hasil-hasil penelitian melalui teknik pengumpulan data di atas. Dari semua data yang terkumpul, kemudian peneliti akan menganalisis dengan menggunakan metode deskripsi, dengan analisis kualitatif. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena.⁵ Metode kualitatif adalah memberikan predikat kepada variabel yang diteliti dengan kondisi sebenarnya.⁶ Proses analisis data kualitatif, yaitu:⁷

1. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, dan lain sebagainya.
2. Reduksi data, yaitu dilakukan dengan cara membuat abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga.
3. Penyusunan dalam satuan-satuan, satuan-satuan tersebut kemudian dikategorikan pada langkah selanjutnya.
4. Menguji keabsahan data yaitu dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber.

Dalam hal ini, peneliti menganalisis serta menjelaskan hal-hal yang berhubungan dengan penetapan harga jual produk roti dengan perusahaan yang

⁵ Masyhuri Dan Zainudin, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dan Aplikatif* (Bandung: Refika Adutama, 2008), hlm. 13.

⁶ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hlm. 41.

⁷ Lexy J. Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), hlm .190.

memproduksi produk dalam menetapkan harga jual produk dan dilihat dari volume penjualannya dalam perspektif Ekonomi Islam agar dapat mengoptimalkan harga jual produk serta memaksimalkan keuntungan suatu perusahaan.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi Uji Kredibilitas, Transferabilitas, Dependabilitas dan Konfirmabilitas.

1. Uji Kredibilitas Data

Ada 6 teknik yang dapat dilakukan untuk uji kredibilitas data (kepercayaan terhadap data), antara lain:

a. Memperpanjang Masa Pengamatan

Hal ini memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan, bisa mempelajari kebudayaan dan dapat menguji informasi dari responden, dan untuk membangun kepercayaan para responden terhadap peneliti dan juga kepercayaan diri peneliti sendiri.

b. Meningkatkan Ketekunan

Hal ini berarti melakukan pengamatan lebih cermat dan berkesinambungan, dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.

c. Triangulasi

Pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.

d. Analisis Kasus Negatif

Melakukan analisis kasus negatif berarti peneliti mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang telah ditemukan. Bila tidak ada lagi data yang berbeda, berarti data yang ditemukan sudah dapat dipercaya.

e. Menggunakan Bahan Referensi

Yang dimaksud menggunakan bahan referensi disini adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Misalnya, data bukti wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara.

f. Mengadakan *Member Check*

Member check adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan pemberi data.

2. Uji Transferabilitas

Transferabilitas merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Agar orang lain dapat memahami hasil penelitian kualitatif sehingga ada kemungkinan untuk menerapkan hasil penelitian yang di dapat, maka peneliti membuat laporannya harus memberikan uraian rinci, jelas, sistematis dan dapat dipercaya. Dengan demikian maka pembaca menjadi jelas atas hasil penelitian tersebut, sehingga dapat memutuskan dapat atau tidaknya untuk mengaplikasikan hasil penelitian tersebut di tempat lain.

3. Uji Dependabilitas

Uji ini adalah dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Caranya dilakukan oleh keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian. Jika peneliti tidak mempunyai data dan tidak dapat menunjukkan “jejak aktivitas lapangannya”, maka dependabilitas penelitiannya dapat diragukan.

4. Uji Konfirmabilitas

Uji ini mirip dengan uji dependabilitas sehingga pengujian dapat dilakukan bersamaan. Menguji konfirmabilitas berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses penelitian. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan maka penelitian tersebut telah memenuhi standar konfirmabilitas. Dalam penelitian, jangan sampai proses tidak ada, tetapi hasil ada.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat Salim Bakery Padangsidimpuan

Salim Bakery Padangsidimpuan merupakan usaha toko roti yang berada di kota Padangsidimpuan dan berdiri sejak tahun 2009. Namun ditetapkan pemerintah Kota Padangsidimpuan sebagai usaha dagang pada 29 Maret 2016. Salah satu industri rumahan yang beralamat di Jalan Sisingamangaraja, LK II Kel. Batunadua Jae Kec. Padangsidimpuan Batunadua, Kota Padangsidimpuan.

Salim Bakery bergerak dalam industri makanan ringan seperti Roti Tawar, Butter Coklat, Donat, Panggang, Gandeng Gandeng, Manis Gandeng, Roti Sobek, Roti Aneka Rasa Bulat, Roti Topping, Pizza, Abon, Pia Kacang Hitam, Burger, Mocca Seres, Bolu Gulung, Cake Buah, Kue Lapis Surabaya, Brownis Cup, Brownis Bijan, Mapin Cup, Mapin Bijan, Brownis Besar dan lain sebagainya.

Awalnya Salim Bakery didirikan oleh Bapak Judni Salim yang dilatarbelakangi oleh keadaan ekonomi yang tidak stabil dalam keluarga. Beliau terinspirasi untuk mendirikan suatu usaha rumahan yang bertujuan untuk dapat meningkatkan perekonomian keluarga dan sekaligus membuka peluang pekerjaan untuk masyarakat dilingkungan Kelurahan Batunadua Padangsidimpuan.

Pemasaran hasil produksi toko roti Salim Bakery Padangsidimpuan dijual didaerah Padangsidimpuan melalui minimarket, kedai sampah, kedai-kedai kopi dan lain sebagainya melalui pemasaran Salim Bakery Padangsidimpuan. Pemasaran juga dilakukan ke luar kota Padangsidimpuan seperti daerah Tapanuli

Selatan, Padang Lawas, dan Sibolga. Tetapi pemasaran diluar kota Padangsidempuan tidaklah rutin. Pemasaran ini sesuai dengan orderan yang diterima dari pihak konsumen pada Salim Bakery Padangsidempuan.

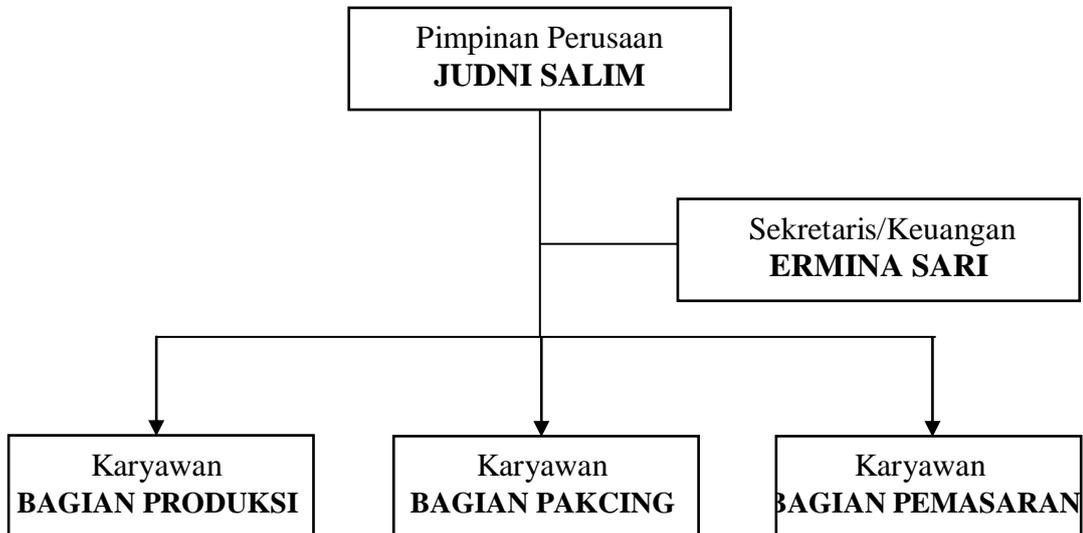
2. Struktur Organisasi Salim Bakery Padangsidempuan

Struktur organisasi adalah suatu susunan komponen-komponen atau unit-unit kerja dalam sebuah organisasi. Struktur organisasi menunjukkan bahwa adanya pembagian kerja dan bagaimana fungsi atau kegiatan-kegiatan berbeda yang dikoordinasikan. Selain itu struktur organisasi juga menunjukkan mengenai spesialisasi-spesialisasi dari pekerjaan, saluran perintah maupun penyampaian laporan.

Struktur organisasi adalah suatu susunan atau hubungan antara komponen bagian-bagian dan posisi dalam sebuah organisasi, komponen-komponen yang ada dalam organisasi mempunyai ketergantungan. Sehingga jika terdapat suatu komponen yang baik maka akan berpengaruh kepada komponen lainnya dan tentunya akan berpengaruh juga kepada organisasi tersebut.

Adapun struktur organisasi Salim Bakery Padangsidempuan yaitu terdiri dari Pimpinan Perusahaan, Sekretaris, Keuangan/Bendahara, Bagian Produksi, Bagian Pakcing, Bagian Pemasaran, dan lain-lain.

Gambar I.1
Struktur Organisasi Salim Bakery Padangsidimpuan¹



3. Tugas dan Tanggung Jawab Masing-Masing Struktur Organisasi

Pimpinan adalah faktor kunci dalam suksesnya suatu organisasi serta manajemen. Kepemimpinan adalah entitas yang mengarahkan kerja para anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Kepemimpinan yang baik diyakini mampu mengikat, mengharmonisasi, serta mendorong potensi sumber daya organisasi agar dapat bersaing secara baik. Pada Salim Bakery Padangsidimpuan yang menjadi pimpinan perusahaan dan sekaligus pemilik perusahaan adalah Bapak Judni Salim.

Seorang Pemimpin adalah orang yang memiliki beban dan tanggung jawab di pundaknya, sehingga ada tugas-tugas yang harus di jalankan sebagai pemimpin. Memimpin berarti menjalankan suatu kelompok dalam bentuk tanggung jawab bersama yang di atur oleh satu orang dalam bentuk persetujuan bersama.

¹ Wawancara dengan Sahmadan, Tanggal 27 Desember 2018, Pukul 13.30 WIB

Beberapa peranan seorang pemimpin yang menjadi landasan tugas yang perlu diketahui sebagai berikut.

a. Bersikap Adil

Pemimpin harus mampu bersikap adil dalam memberikan keputusan dari berbagai macam persoalan. Bersikap adil berarti mampu menentukan segala keputusan dari dua permasalahan yang ada, pemimpin yang mampu bersikap adil tentunya akan mampu memberikan keputusan yang bijak untuk memecahkan segala permasalahan.

b. Memberikan Sugesti

Seorang pemimpin diharuskan mampu memberikan sugesti kepada anggota kelompoknya. Pemberian sugesti yang baik dan benar bermanfaat kepada hasil yang di peroleh pada akhir dari suatu tujuan.

c. Mendukung Tercapainya Tujuan

Seorang pemimpin diharuskan mampu bersikap tegas dan mendukung segala aspek pemicu keberhasilan tujuan suatu perusahaan. Dengan demikian, visi misi perusahaan akan berjalan secara maksimal. Pemimpin diharuskan untuk memiliki semangat yang tinggi dalam mendukung pencapaian tujuan.

d. Menjadi Katalisator

Seorang pemimpin dapat dikatakan katalisator apabila mampu menunjang segala aspek kemajuan kelompoknya dengan ide-ide dan tindakan yang baik.

e. Menciptakan Rasa Aman

Seorang pemimpin dikatakan mampu menciptakan rasa aman apabila ia mampu untuk terus berfikiran positif, teguh pendirian dan mampu memegang segala kendali dengan jujur yang bijaksana.

f. Sebagai Wakil Organisasi

Seorang pemimpin diharuskan mampu menjadi mata dan telinga yang mewakili kebutuhan aspirasi anggota dari kelompok yang dipimpinnya. Pemimpin yang baik akan mampu menempatkan dan membawa dirinya untuk menjadi citra yang baik bagi seluruh anggota kelompok atau organisasi yang menjadi tanggung jawab.

g. Sumber Inspirasi

Sudah menjadi kewajiban bagi pemimpin untuk memberikan inspirasi merupakan hal mutlak yang dibutuhkan oleh seluruh manusia untuk menjalani hidup. Inspirasi sangat dibutuhkan oleh seseorang yang memiliki target pencapaian mutlak dalam hidup. Seorang pemimpin yang baik jelas mampu memberikan inspirasi yang baik setiap anggota kelompoknya.

h. Bersikap Menghargai

Menghargai berarti mengakui kemampuan dari seseorang. Menghargai berarti mengerti basis dan kompetensi pencapaian berharga yang mampu diraih oleh seseorang. Pemimpin yang baik perlu memiliki peranan yang kuat dalam sikap menghargai seorang bawahan, baik dalam situasi dan kondisi yang baik atau buruk, pemimpin harus bisa bersikap secara dinamis dalam menghargai anggota. Sikap rendah hati diperlukan

oleh seorang pemimpin dalam mewujudkan bentuk kepemimpinan ideal bagi kelompoknya.

Adapun yang menjadi tugas dan tanggung jawab dari pimpinan Salim Bakery Padangsidimpuan yaitu:

- a) Sebagai pimpinan tertinggi di dalam perusahaan, harus dapat memberi pedoman kerja kepada bawahannya dan bertanggung jawab penuh terhadap kelangsungan hidup perusahaan.
- b) Meminta pertanggung jawaban setiap bawahannya atas tugas dan kewajiban yang dibebankan kepadanya.
- c) Menentukan tujuan perusahaan untuk jangka pendek maupun jangka panjang.
- d) Mengembangkan rencana jangka panjang atau suatu kebijaksanaan perusahaan dalam usahanya meningkatkan penjualan dan laba usaha.
- e) Mengangkat atau memberhentikan karyawan, memberikan gaji karyawan.
- f) Bertanggung jawab penuh didalam perusahaan dengan mengkoordinir para staf pada masing-masing bidang dan memberikan pengarahan dalam melaksanakan tugas sesuai dengan rencana dan tujuan perusahaan.
- g) Bertanggung jawab penuh terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

Sekretaris adalah seseorang yang membantu pemimpin, baik organisasi maupun perusahaan, terutama dalam penyelenggaraan kegiatan yang berhubungan dengan masalah administratif, penunjang kegiatan pemimpin atau kegiatan operasional perusahaan. Yang menjadi sekretaris pada Salim Bakery Padangsidimpuan adalah Ibu Ermina Sari, yang sekaligus menjadi bendahara Salim Bakery Padangsidimpuan yaitu bertugas untuk membuat pembukuan dan

mengatur keuangan perusahaan. Dan membuat Rencana Anggaran Pengeluaran Belanja Organisasi (RAPBO) untuk tiap periode pelaksanaan belanja perusahaan.

Sekretaris dan Keuangan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

1. Mencatat pembayaran gaji terhadap semua karyawan perusahaan.
2. Menjalankan administrasi perusahaan, mengatur segala surat masuk dan surat keluar.
3. Bertanggung jawab atas permintaan dan pengeluaran kas perusahaan.
4. Membuat laporan keuangan perusahaan secara periodik.
5. Bertugas dan bertanggung jawab atas kebijaksanaan pembelian kredit dan tagihan kredit, di samping itu bertanggung jawab atas pencatatan outstanding kredit langganan (seberapa besar kredit yang diberikan langganan).
6. Mempunyai tugas menerima setoran serta mengeluarkan uang yang telah disetujui oleh kepala administrasi dan keuangan, kasir juga wajib membuat laporan harian mengenai uang masuk dan keluar.
7. Bertugas menerima dan mengeluarkan bahan baku yang telah disetujui dan sekaligus membuat laporan pengeluaran bahan baku.

Adapun karyawan-karyawan yang turut andil dalam pelaksanaan dan proses perusahaan Salim Bakery Padangsidempuan terdiri dari Karyawan Bagian Produksi yang berjumlah 16 orang.

Tugas dan tanggung jawab karyawan bagian produksi meliputi:

1. Tanggung jawab karyawan bidang produksi yaitu memproduksi roti sesuai dengan komposisi dan cita rasa yang ada.
2. Memproduksi roti sesuai dengan order yang terima perusahaan.
3. Menyelesaikan produksi roti tepat waktu.
4. Menjaga kebersihan produksi roti.

Sedangkan karyawan bagian packing berjumlah 8 orang. Adapun tugas dan tanggung jawab karyawan bagian packing meliputi:

1. Bertanggung jawab melaksanakan packing pada hasil produksi roti dan memastikannya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan tepat dengan waktu dan membuat laporan hasil pekerjaan yang telah dilaksanakan.
2. Melaksanakan packing pada roti yang telah di produksi.
3. Menghitung hasil packing sesuai dengan roti yang diambil dari bagian produksi.

Karyawan pada bagian pemasaran terdiri dari 6 orang yang mempunyai tugas dan tanggung jawab meliputi :

1. Tugas pokok bagian pemasaran adalah membuat laporan harian maupun bulanan tentang hasil penjualan.
2. Bertanggung jawab untuk mencari langganan untuk pemasaran produksi roti.
3. Memasarkan produksi roti dilingkungan dan diluar lingkungan Salim Bakery Padangsidempuan.

4. Bertugas untuk membuat strategi penjualan sehingga dapat bersaing pada pasar.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Analisis Penetapan Harga Jual Produk Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Salim Bakery Padangsidempuan

Penetapan harga jual dari produk suatu perusahaan, tentu memerlukan kualitas agar bisa menyaingi barang/produk apalagi untuk menetapkan harga. Peningkatan penjualan hasil produk perusahaan dalam berbagai strategi perusahaan harus memperhatikan produk saingan dengan sejumlah pertimbangan lainnya untuk meningkatkan penjualan hasil produk.

Penjualan yang dilakukan perusahaan ditentukan oleh permintaan konsumen terhadap barang yang dijual dan salah satu yang mempengaruhi permintaan konsumen dalam suatu barang adalah harga jual barang yang bersangkutan. Selama ini karna adanya penetapan harga penjualan sebelum dikalkulasikan dengan sejumlah biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan, maka hasil produksi perusahaan akan diserahkan pada bagian pemasaran untuk menetapkan harga jual produk.

Analisis penetapan harga jual merupakan suatu masa ketika perusahaan akan menentukan harga pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan suatu produk atau barang yang baru maka perusahaan akan memperkenalkan produknya ke bagian distribusi atau ke daerah baru, harus memutuskan posisi produknya untuk mutu dan harga tertentu. Dalam hal penetapan harga jual produk terlebih dahulu harus menghasilkan biaya per unit produk. Harga jual sebagai salah satu hal untuk menetapkan dari sejumlah

pengeluaran, sehingga dalam menentukan sejumlah nilai dari satuan biaya yang telah dikeluarkan untuk mencapai tujuan yaitu produksi barang.

Dalam konsep ekonomi islam penetapan harga adalah ditentukan oleh prinsip keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi apabila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan barang atau produk tertentu. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk yang menyediakan barang atau produk yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang atau produk tersebut dari penjual.

Adanya harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil karena merupakan cerminan komitmen syariat islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil yaitu penjualan memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.²

Adapun faktor-faktor yang menjadi penentu dalam penetapan harga jual produk yang diterapkan dalam usaha Salim Bakery Padangsidimpuan, yaitu:

- a. Biaya Produksi

² M. Ishak, *Konsep Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam Universitas Islam Yogyakarta, 2003), hlm. 331.

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan pada saat produk masih dalam tahap produksi. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku produk, biaya tenaga kerja langsung, dan sebagainya. Sementara biaya produksi yang digunakan oleh usaha Salim Bakery Padangsidempuan pada tiap tahunnya memang selalu mengalami peningkatan yang signifikan.

Sama halnya dengan industri-industri yang relatif besar, biaya produksi yang diterapkan oleh Salim Bakery Padangsidempuan juga meliputi:

- a) Biaya tetap yaitu biaya yang dalam periode waktu tertentu jumlahnya tetap dan tidak bergantung pada jumlah produk yang dihasilkan dan merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membuat bisnis sebuah perusahaan tetap berjalan. Dalam hal ini yang termasuk kedalam biaya tetap yang diterapkan usaha Salim Bakery Padangsidempuan seperti biaya gaji karyawan, sewa gedung, penyusutan gedung, pajak perusahaan, biaya administrasi, dan lain-lain.
- b) Biaya variabel yaitu biaya yang jumlahnya sewaktu-waktu dapat berubah sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan. Contoh dari biaya variabel yang di terapkan Salim Bakery Padangsidempuan yaitu biaya bahan baku dan upah tenaga kerja yang dibayar berdasarkan jumlah produk yang dihasilkan.
- c) Biaya total yaitu jumlah seluruh biaya tetap dan biaya variabel yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan sejumlah produk dalam suatu periode tertentu.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti tentang analisis penetapan harga jual produk pada Salim Bakery Padangsidempuan adalah bahwa penetapan harga jual setiap produknya memang benar-benar memperhatikan setiap faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dengan penetapan harga jual produk itu sendiri. Seperti halnya perhitungan biaya-biaya seperti biaya tetap, biaya variabel dan juga total biaya yang akan menjadi pertimbangan untuk hasil akhir dari penetapan harga jual dari suatu produk tertentu.

Hal tersebut juga diperkuat oleh pendapat salah seorang karyawan yaitu penetapan harga jual produk harus memperhitungkan biaya-biaya seperti biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, biaya sewa dan biaya-biaya lainnya. Dan dari berbagai macam biaya, yang sangat berpengaruh untuk penetapan harga jual produk itu sendiri adalah biaya bahan baku. Biaya bahan baku juga sebagai penentu dari naik atau turunnya harga jual produk itu sendiri.³

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan atau mempromosikan produk baru sebuah perusahaan. Namun dunia pemasaran nyata, ketika berbicara biaya pemasaran maka akan dihadapkan dengan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan setelah produk sampai ke tangan konsumen.

Sebagaimana biaya lainnya, biaya pemasaran juga harus dikelola secara efektif. Seringkali memangkas biaya pemasaran bukanlah hal yang

³ Wawancara dengan Sahmadan, Tanggal 27 Desember 2018, Pukul 13.30 WIB

bijaksana dilakukan oleh perusahaan. Biaya pemasaran yang terlalu kecil justru akan merugikan perusahaan ke depannya. Maka hal yang seharusnya dilakukan oleh pihak perusahaan adalah melakukan pengukuran untuk mengetahui strategi pemasaran paling efektif, sehingga tidak membuang anggaran untuk strategi yang tidak dapat menjangkau konsumen secara efektif.

Yang termasuk ke dalam biaya pemasaran yang digunakan oleh Salim Bakery Padangsidempuan adalah biaya pengemasan, penyimpanan, penjualan/pengiriman, dan biaya promosi. Biaya pengemasan adalah biaya yang sangat diperhatikan oleh perusahaan, karena kemasan yang ditetapkan oleh perusahaan merupakan gambaran kecil dari perusahaan itu sendiri. Dan kemasan yang lebih menarik biasanya sangat mempengaruhi jumlah dari biaya pengemasannya.⁴

Sementara biaya penyimpanan pada Salim Bakery Padangsidempuan memang tidak terlalu berpengaruh dikarenakan penyimpanan produk yang tidak terlalu lama. Bahkan biaya penyimpanan dan pengiriman dibentuk menjadi satu biaya oleh perusahaan, karena produk yang dihasilkan perusahaan bukan produk yang memerlukan penyimpanan dengan jangka waktu yang lama dan biasanya produk yang baru saja dihasilkan akan disimpan sementara waktu kemudian menyiapkan untuk pengiriman produk tersebut. Biaya pengiriman merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pengiriman produk yang dijual oleh produsen kepada konsumen. Namun, sekarang kebanyakan dari produsen sering membebankan biaya

⁴ Wawancara dengan Sahmadan, Tanggal 1 Januari 2018, Pukul 15.30 WIB

pengiriman ke konsumen. Hal ini dapat dilihat dari transaksi jual beli pesanan atau online baik melalui web maupun aplikasi belanja. Dan untuk biaya promosi sendiri hanya diperlukan pada saat awal pembukaan perusahaan beberapa tahun lalu, oleh karena itu biaya promosi tidak terlalu berpengaruh untuk penentuan harga jual produk saat ini. Hal ini sangat jauh berbeda dengan usaha industri-industri besar lainnya yang menggunakan manajemen yang lebih teratur dan biasanya menghabiskan pengeluaran lebih besar.⁵

Dalam hal ini biaya pemasaran memang tidak terlalu besar pengaruhnya untuk penetapan harga jual produk pada Salim Bakery Padangsidempuan. Hal ini juga diperkuat dengan sistem penjualan perusahaan yang menggunakan metode penjualan melalui pemesanan dan penitipan di warung-warung tertentu di sekitar kawasan Padangsidempuan dan sekitarnya. Pemasaran ataupun pengedaran dari berbagai produk itu sendiri adalah Dawa Market, Toko Anissa, Aman Swalayan, Toko-toko Grosir tertentu dan juga melalui cara pemesanan.⁶

2. Tingkat Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Salim Bakery Padangsidempuan

Islam sebagai agama memuat ajaran yang bersifat komprehensif. Komprehensif berarti syariah islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ritual (ibadah) maupun sosial (muamalah). Ibadah diperlukan untuk menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan manusia dengan sang khalig. Agama Islam senantiasa mendorong para pemeluknya untuk melakukan berbagai

⁵ Wawancara dengan Sahmadan, Tanggal 22 Desember 2018, Pukul 17.30 WIB

⁶ Wawancara dengan Sahmadan, Tanggal 16 November 2018, Pukul 12.30 WIB

kegiatan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial dalam rangka menegakan agama yang rahmatan lilalamin. Salah satunya adalah transaksi ekonomi berupa barang dan jasa yang mengakibatkan adanya permintaan dan penawaran yang pada akhirnya menghadirkan sebuah kegiatan yang bernama pasar. Hal ini akan dapat membuat pasar memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian. Disamping itu, pasar juga memiliki fungsi strategis, yaitu sebagai sebuah tempat bertemunya para pedagang dan pembeli atau produsen dan konsumen dalam kegiatan perdagangan. Kedua pihak tersebut akan saling menentukan dan mempengaruhi harga.

Penjualan merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan untuk mencapai pasar yang dituju. Fungsi penjualan juga merupakan sumber pendapatan yang diperlukan untuk menutupi beban-beban dengan harapan bisa mendapat laba. Jika barang atau produk diproduksi untuk dijual, maka harus diusahakan sejauh mungkin agar barang atau produk dapat terjual. Oleh karena itu perlu adanya berbagai macam cara untuk memajukan penjualan, seperti periklanan, peragaan, promosi dan lain sebagainya.

Penjualan adalah suatu kegiatan untuk menyalurkan barang kepada konsumen atau pembeli yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan cara promosi yang bersifat menghargai konsumen hingga barang atau produk tersebut sampai ke tangan pemakai terakhir.

Tingkat penjualan adalah besarnya usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengedarkan barang atau produk yang dihasilkan kepada konsumen dengan imbalan berupa uang. Salah satu indikator yang mempengaruhi berhasil atau

tidaknya suatu aktivitas pemasaran dari suatu produk dapat dilihat dari besar kecilnya tingkat penjualan yang berhasil dicapai oleh perusahaan dalam periode yang akan datang. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk melakukan peningkatan penjualan seoptimal mungkin dalam mencapai keuntungan yang maksimal. Untuk dapat menghitung besar kecilnya tingkat penjualan maka peneliti menggunakan alat bantu laporan keuangan agar mempermudah pengukuran terhadap volume penjualan.

Berdasarkan data yang didapatkan peneliti dari hasil wawancara dengan salah satu karyawan Salim Bakery Padangsidempuan, menyatakan bahwa volume penjualan yang terjadi di Salim Bakery Padangsidempuan mengalami peningkatan yang sangat signifikan setiap tahunnya. Bahkan peningkatan volume penjualan yang sangat signifikan itu sendiri dapat dilihat dari hasil laporan pemesanan produk atau barang selama 3 bulan terakhir.⁷

⁷ Wawancara dengan Sahmadan, Tanggal 29 November 2018, Pukul 12.30 WIB

Tabel III
Laporan Penjualan Bulan Oktober 2018

No.	Jenis Produk	Harga/Pcs	Penjualan
1.	Roti Tawar	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
2.	Butter Coklat	Rp. 12.000	Rp. 18.000.000
3.	Donat	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
4.	Panggang	Rp. 12.000	Rp. 18.000.000
5.	Gandeng-gandeng	Rp. 8.000	Rp. 12.000.000
6.	Manis Gandeng	Rp. 6.000	Rp. 9.000.000
7.	Roti Sobek	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
8.	Roti Aneka Rasa Bulat	Rp. 15.000	Rp. 22.500.000
9.	Roti Topping	Rp. 5.000	Rp. 7.500.000
10.	Pizza	Rp. 5.000	Rp. 7.500.000
11.	Abon	Rp. 5.000	Rp. 7.500.000
12.	Pia Kacang Hitam	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
13.	Burger	Rp. 8.000	Rp. 15.000.000
14.	Mocca Seres	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
15.	Bolu Gulung	Rp. 26.000	Rp. 39.000.000
16.	Cake Buah	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
17.	Kue Lapis Surabaya	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
18.	Brownies Cup	Rp. 15.000	Rp. 37.500.000
19.	Brownies Bijian	Rp. 5.000	Rp. 7.500.000
20.	Mapin Cup	Rp. 12.000	Rp. 18.000.000
21.	Mapin Bijian	Rp. 5.000	Rp. 7.500.000
22.	Brownies Besar	Rp. 25.000	Rp. 37.500.000
	Jumlah	Rp. 234.000	Rp. 351.000.000

Sumber : Data Olahan Toko Roti Salim Bakery 2018

Tabel IV
Laporan Penjualan Bulan November 2018

No.	Jenis Produk	Harga/Pcs	Penjualan
1.	Roti Tawar	Rp. 11.000	Rp. 13.500.000
2.	Butter Coklat	Rp. 12.000	Rp. 18.000.000
3.	Donat	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
4.	Panggang	Rp. 12.000	Rp. 18.000.000
5.	Gandeng-gandeng	Rp. 9.000	Rp. 13.500.000
6.	Manis Gandeng	Rp. 6.000	Rp. 9.000.000
7.	Roti Sobek	Rp. 11.000	Rp. 16.500.000
8.	Roti Aneka Rasa Bulat	Rp. 15.000	Rp. 22.500.000
9.	Roti Topping	Rp. 5.000	Rp. 7.500.000
10.	Pizza	Rp. 5.000	Rp. 7.500.000
11.	Abon	Rp. 5.000	Rp. 7.500.000
12.	Pia Kacang Hitam	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
13.	Burger	Rp. 8.000	Rp. 15.000.000
14.	Mocca Seres	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
15.	Bolu Gulung	Rp. 26.000	Rp. 39.000.000
16.	Cake Buah	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
17.	Kue Lapis Surabaya	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
18.	Brownies Cup	Rp. 15.000	Rp. 37.500.000
19.	Brownies Bijian	Rp. 5.000	Rp. 7.500.000
20.	Mapin Cup	Rp. 12.000	Rp. 18.000.000
21.	Mapin Bijian	Rp. 5.000	Rp. 7.500.000
22.	Brownies Besar	Rp. 25.000	Rp. 37.500.000
	Jumlah	Rp. 237.000	Rp. 355.500.000

Sumber : Data Olahan Toko Roti Salim Bakery 2018

Tabel V
Laporan Penjualan Bulan Desember 2018

No.	Jenis Produk	Harga/Pcs	Penjualan
1.	Roti Tawar	Rp. 12.000	Rp. 18.000.000
2.	Butter Coklat	Rp. 12.000	Rp. 18.000.000
3.	Donat	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
4.	Panggang	Rp. 12.000	Rp. 18.000.000
5.	Gandeng-gandeng	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
6.	Manis Gandeng	Rp. 6.000	Rp. 9.000.000
7.	Roti Sobek	Rp. 12.000	Rp. 18.000.000
8.	Roti Aneka Rasa Bulat	Rp. 15.000	Rp. 22.500.000
9.	Roti Topping	Rp. 5.000	Rp. 7.500.000
10.	Pizza	Rp. 5.000	Rp. 7.500.000
11.	Abon	Rp. 5.000	Rp. 7.500.000
12.	Pia Kacang Hitam	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
13.	Burger	Rp. 8.000	Rp. 15.000.000
14.	Mocca Seres	Rp. 11.000	Rp. 16.500.000
15.	Bolu Gulung	Rp. 26.000	Rp. 39.000.000
16.	Cake Buah	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
17.	Kue Lapis Surabaya	Rp. 10.000	Rp. 15.000.000
18.	Brownies Cup	Rp. 15.000	Rp. 37.500.000
19.	Brownies Bijian	Rp. 6.000	Rp. 9.000.000
20.	Mapin Cup	Rp. 12.000	Rp. 18.000.000
21.	Mapin Bijian	Rp. 5.000	Rp. 7.500.000
22.	Brownies Besar	Rp. 25.000	Rp. 37.500.000
	Jumlah	Rp. 242.000	Rp. 363.000.000

Sumber : Data Olahan Toko Roti Salim Bakery 2018

Berdasarkan persentase ataupun tingkat volume penjualan yang terjadi di Salim Bakery Padangsidempuan, dapat dilihat bahwa perusahaan selalu mengalami peningkatan volume penjualan setiap periode bahkan setiap bulannya. Hal ini juga didasari oleh manajemen ataupun strategi-strategi penetapan harga dan pemasaran yang diterapkan secara baik dan sesuai dengan perspektif ekonomi islam. Strategi penetapan harga yang diterapkan Salim Bakery Padangsidempuan adalah penetapan harga jual produk terlebih dahulu harus menghasilkan biaya per unit produk. Kemudian peningkatan penjualan hasil produk perusahaan dalam berbagai strategi perusahaan harus memperhatikan produk saingan dengan sejumlah pertimbangan lainnya untuk meningkatkan penjualan hasil produk. Selanjutnya penjualan yang dilakukan perusahaan ditentukan oleh permintaan konsumen terhadap barang yang dijual dan salah satu yang mempengaruhi permintaan konsumen dalam suatu barang adalah harga jual barang yang bersangkutan.

Dari tahap-tahapan yang sudah direncanakan, tujuan sebenarnya dari kegiatan perusahaan adalah untuk menghasilkan laba maksimal. Kemudian cara untuk melihat laba yang dihasilkan telah maksimal atau tidak, salah satu alternatifnya adalah melihat persentase atau tingkat volume penjualan perusahaan tersebut.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Salim Bakery Padangsidempuan adalah salah satu perusahaan roti dan kue yang berdiri ditahun 2009. Namun, ditetapkan pemerintah kota Padangsidempuan sebagai usaha dagang pada 29 maret 2016. Dan perusahaan ini pertama kali

didirikan oleh Judni Salim. Dan telah memberikan kontribusi terhadap perekonomian di Kota Padangsidimpuan dengan memenuhi kebutuhan masyarakat dibidang industri makanan khususnya roti dan kue.

Dimana perusahaan ini dalam persaingan dengan perusahaan industri makanan yang lain juga memiliki strategi dan metode dalam meningkatkannya volume penjualan. Untuk menguasai pangsa pasar yang tepat sehingga perusahaan dapat memposisikan diri dalam persaingan tersebut perusahaan harus melakukan kebijakan harga, karena tuntutan konsumen untuk mendapatkan pelayanan berkualitas dengan harga jual yang rendah, mendorong perusahaan untuk menetapkan harga jual yang tepat karena secara tidak langsung dapat mempengaruhi volume penjualan bagi perusahaan, karena dalam setiap dunia industri baik produk maupun jasa kegiatan yang dilakukan selalu dikaitkan dengan usaha untuk mencapai keuntungan yang optimal bagi perusahaan. keberhasilan pencapaian keuntungan tersebut sangat bergantung pada perencanaan dan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan sehingga perusahaan dapat bertahan dan berkembang.

Hal yang terpenting dari pemasaran dari produksi roti dan kue pada Salim Bakery Padangsidimpuan adalah presentase dan tingkat volume penjualan yang akan dapat memperhitungkan laba maksimal. Dan faktor yang paling berpengaruh dari pemasaran itu sendiri adalah strategi penetapan harga jual produk. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Salah dalam

menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasaran.

Penentuan harga dan persaingan harga telah dinilai sebagai masalah utama yang dihadapi perusahaan. Keputusan-keputusan mengenai harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.⁸ Karena dalam menetapkan harga harus dipahami dulu hubungan antara harga dan permintaan terhadap suatu produk. Harga tawaran kompetitor perlu diketahui untuk menentukan harga sesuai reaksi setelah penentuan harga diberlakukan.⁹

Adanya harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil karena merupakan cerminan komitmen syariat islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil yaitu penjualan memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.¹⁰

⁸ Agus Sucipto, *Studi Kelakan Bisnis Analisa Integratif dan Studi Kasus* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 68.

⁹ *Ibid.*, hlm. 69.

¹⁰ M. Ishak, *Konsep Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam Universitas Islam Yogyakarta, 2003), hlm. 331.

Hal ini juga di jelaskan dalam Surah Al-An'am ayat 152, Allah berfirman:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ^ط وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

بِالْقِسْطِ لَا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا^ط وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ^ط وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا^ج

ذٰلِكُمْ وَصَلٰتُكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُوْنَ ﴿١٥٢﴾

Artinya:”Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.¹¹

Ayat diatas menerangkan bahwa : (*Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat*) maksudnya adalah cara yang didalamnya mengandung kemaslahatan atau manfaat bagi anak yatim (hingga dewasa) seumpama telah menginjak masa baligh. Kemudian (*Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil*) maksudnya adalah secara adil dan tidak curang. Dan berdasarkan dalil inilah peneliti menggambarkan strategi penetapan harga yang sesuai dengan perspektif ekonomi islam yaitu pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil karena merupakan cerminan komitmen syariat islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Selanjutnya (*Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya*) maksudnya adalah sesuai dengan kemampuannya dalam hal, apabila seseorang berbuat kekeliruan didalam menakar atau menimbang sesuatu, maka Allah yang mengetahui kebenaran niat yang sesungguhnya.

¹¹ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Semarang: Raja Publishing, 2011), hlm. 149.

Oleh karena itu maka seseorang tersebut tidak berdosa, sebagaimana yang telah disebutkan dalam hadist Nabi Muhammad Saw. (*Dan apabila kamu berkata*) dalam masalah hukum lainnya (*Maka hendaklah kamu berlaku adil*) yaitu jujur (*Kendatipun ia Adalah kerabatmu*) walaupun orang bersangkutan adalah sanak atau saudara. (*Dan penuhilah janji Allah Swt , yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat*) maksudnya adalah dengan memakai tasydid agar menjadikannya sebagai pelajaran, dan juga dibaca suku yang merupakan penekanan bahwa perintah allah mengingatkan dengan perintahnya.

Dengan demikian berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti dan teori pendukung tentang penetapan harga jual produk untuk pemasaran atau pengembangan dari produk yang diproduksi oleh Salim Bakery Padangsidempuan, dan selanjutnya setelah ditetapkannya harga akan dilakukan proses pemasaran atau penjualan yang tujuan akhirnya adalah untuk meningkatkan laba perusahaan. Kemudian dari laba yang dihasilkan maka akan ditemukan tingkat volume penjualan yang mengalami kenaikan yang sangat signifikan setiap periodenya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian terhadap penetapan harga jual produk pada Salim Bakery Padangsidempuan terhadap volume penjualan dalam perspektif Ekonomi Islam. Peneliti menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Salim Bakery Padangsidempuan telah menerapkan strategi-strategi dalam penetapan harga jual produk yang sesuai dengan perspektif Ekonomi Islam. Dalam hal penetapan harga jual produk, perusahaan terlebih dahulu harus menghasilkan biaya per unit produk. Dan harga jual sebagai salah satu hal untuk menetapkan dari sejumlah pengeluaran, sehingga dalam menentukan sejumlah nilai dari satuan biaya yang telah dikeluarkan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu produksi barang. Dan penelitian yang dilakukan peneliti tentang analisis penetapan harga jual produk pada Salim Bakery Padangsidempuan adalah bahwa penetapan harga jual setiap produknya memang benar-benar memperhatikan setiap faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dengan penetapan harga jual produk itu sendiri. Seperti halnya perhitungan biaya-biaya seperti biaya tetap, biaya variabel dan juga total biaya yang akan menjadi pertimbangan untuk hasil akhir dari penetapan harga jual dari suatu produk tertentu.
2. Semakin banyak penjual berarti semakin banyak pilihan pembeli. Penjual yang harganya lebih tinggi tentu akan ditinggalkan pembeli. Hal ini yang mendorong penjual untuk mengikuti saja harga yang berlaku di pasar. Islam

sangat mendorong terjadinya pengembangan harta dengan usaha-usaha yang halal, terutama hal-hal yang berkenaan dengan pemberdayaan *sector rill*. Tingkat penjualan adalah besarnya usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengedarkan barang atau produk yang dihasilkan kepada konsumen dengan imbalan berupa uang. Salah satu indikator yang mempengaruhi berhasil atau tidaknya suatu aktivitas pemasaran dari suatu produk dapat dilihat dari besar kecilnya tingkat penjualan yang berhasil dicapai oleh perusahaan dalam periode yang akan datang. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk melakukan peningkatan penjualan seoptimal mungkin dalam mencapai keuntungan yang maksimal. Untuk dapat menghitung besar kecilnya tingkat penjualan maka peneliti menggunakan alat bantu laporan keuangan agar mempermudah pengukuran terhadap volume penjualan. Berdasarkan data yang didapatkan peneliti, menyatakan bahwa volume penjualan yang terjadi di Salim Bakery Padangsidempuan mengalami peningkatan yang sangat signifikan setiap tahunnya. Bahkan peningkatan volume penjualan yang sangat signifikan itu sendiri dapat dilihat dari hasil laporan pemesanan produk atau barang selama 3 bulan terakhir

B. Saran

Setelah dilakukan penelitian yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah, peneliti memiliki beberapa saran untuk pihak Salim Bakery Padangsidempuan, yaitu:

1. Pihak Salim Bakery Padangsidempuan lebih melebarkan sayap untuk pengembangan dari industri makanan kue dan roti. Karena peluang perekonomian yang sangat menjanjikan, seperti perekrutan tenaga kerja

lebih banyak, penambahan jumlah produksi, manajemen pembuatan produk, agar perusahaan Salim Bakery Padangsidempuan menjadi perusahaan yang lebih besar lagi yang secara tidak langsung akan dapat membantu perekonomian Kota Padangsidempuan pada umumnya dan daerah Batunadua khususnya.

2. Lebih meningkatkan kreatifitas untuk menghasilkan inovasi-inovasi atau produk baru yang menjadi daya tarik dan mampu bersaing dengan perusahaan lain atau pesaing. Serta selalu memperhatikan dan meningkatkan mutu, kualitas, kebersihan, kuantitas, serta proses pembuatan dari setiap produk yang diproduksi oleh perusahaan. Dan juga selalu berupaya untuk memperbarui cara dan proses pengemasan, karena kemasan dari suatu produk akan menggambarkan perusahaan itu sendiri. Maka semakin bagus kemasan yang digunakan, sehingga akan meningkatkan minat konsumen untuk membeli setiap produk yang ditawarkan atau dijual oleh perusahaan Salim Bakery Padangsidempuan

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah bin Muhammad Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2 Jus 3-6*, Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2008.
- Adiwarman A.Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2012.
- Agus Sucipto, *Studi Kelakan Bisnis Analisa Integratif dan Studi Kasus*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Agus Sucipto, *Studi Kelakan Bisnis Analisa Integratif dan Studi Kasus*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- An-Nabhani, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif*, Solo: Ramadhani, 2000.
- Asman Yuliar, Analisis Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Pada Pasar Oligopoli, dalam *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 13, No. 4, 2012.
- Azhari Akmal Tarigan, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Bandung: Citapustaka Media, 2016.
- Basu Swasta dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2002.
- Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 1997.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: Raja Publishing, 2011.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Semarang: Raja Publishing, 2011.

Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Semarang: Raja Publishing, 2011.

Dokumen Penjualan, *Salim Bakery*, Diolah Pada Tanggal 14 Maret 2018.

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 1997.

Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisi Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Gito Sudoarmo Indriyo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Bfe Yogyakarta, 1999.

Helmalia, "Penerapan Manajemen Perubahan Dengan Analisis Turn Around Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan," dalam *Jurnal Lembaga keuangan dan Perbankan*, Volume 1, No. 2, Juli 2016.

Henry Simamora, *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.

Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.

Ismail Nawawi, *Islam dan Bisnis*, Surabaya: VIV Press, 2001.

Kasmir dan Jakfar, *Studi kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2012.

Kholid Bin 'Ali Bin Muhammad Al Musyaiqih, *Al Mukhtashor Fil Mu'amalat*, Terbitan Maktabah Ar Rusyd, Cetakan Tahun 1431.

Lexy J. Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.

M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metode Penelitian Dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.

- M. Ishak, *Konsep Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam Universitas Islam Yogyakarta, 2003.
- Masyhuri dan Zainudin, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dan Aplikatif*, Bandung: Refika Aditama, 2008.
- Muhammad Birusman Nuryadin, “Harga Dalam Perspektif Islam”, dalam *Jurnal Mazalib*, Volume 4, No. 1, Juni 2007.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo, 1997.
- Ricky W. Griffin, *Bisnis, Edisi 8, Jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Rudianto, *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*, Jakarta: Grasindo, 2013.
- S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta: Bumi Aksara, 1996.
- Setiawan Budi Utomo, *Fiqih aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, Jakarta: Gema Insani, Tt.
- Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Sunadi dan Primastiwi Anita, *Bisnis Pengantar*, Yogyakarta: CAPS, 2012.
- Wawancara dengan Ahlul Aziz, Tanggal 1 Januari 2019, Pukul 15.30 WIB
- Wawancara dengan Ahlul, Tanggal 16 November 2018, Pukul 12.30 WIB
- Wawancara dengan Sahmadan, Tanggal 22 Desember 2018, Pukul 17.30 WIB
- Wawancara dengan Qodir, Tanggal 27 Desember 2018, Pukul 13.30 WIB
- Wawancara dengan Soleh, Tanggal 29 November 2018, Pukul 12.30 WIB

CURRICULUM VITAE
(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama : DEDET CANDRA
Nim : 14 402 00057
Tempat/ Tanggal Lahir : Tengkong-tengkong, 13 Agustus 1994
Jenis Kelamin : Laki-laki
Anak Ke : 1 dari 9 bersaudara
Alamat : Jl. Sutan Soripada Mulia, Gg. Sarasi 7,
Tanobato Kecamatan Padangsidimpuan Utara Kota
Padangsidimpuan, Provinsi Sumatera Utara
Agama : Islam

DATA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : ALI IMRAN HARAHAAP
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : ELIZAR
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Sutan Soripada Mulia, Gg. Sarasi 7,
Tanobato Kecamatan Padangsidimpuan Utara Kota
Padangsidimpuan, Provinsi Sumatera Utara

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2003-2008 : SD NEGERI 200109
Tahun 2009-2011 : SMP NEGERI 4 PADANGSIDIMPUAN
Tahun 2012-2014 : SMAS KAMPUS PADANGSIDIMPUAN
Tahun 2014-2019 : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi Syariah IAIN
Padangsidimpuan

PEDOMAN WAWANCARA

I. Identitas Narasumber

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Pendidikan :

Pekerjaan :

Penghasilan :

II. Pertanyaan-Pertanyaan Yang Diajukan

Dibawah ini terdapat pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan dalam perspektif ekonomi Islam pada Salim Bakery Padangsidempuan, sebagai berikut:

1. Hal-hal apa saja yang dilakukan sebelum penetapan harga jual produk pada Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:

2. Biaya-biaya apa saja yang mempengaruhi penetapan harga jual produk pada Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:

3. Bagaimana penggunaan bahan baku untuk produksi produk pada Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:

4. Apakah menggunakan bahan baku yang halal dalam proses produksi dan apakah bahan bakunya mudah didapatkan?

Jawaban:

5. Bagaimana penetapan harga pada Salim Bakery Padangsidempuan apabila bahan baku mengalami kenaikan?

Jawaban:

6. Apakah biaya bahan baku termasuk penentu harga jual produk pada Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:

7. Bagaimana biaya pemasaran yang digunakan, baik promosi, kemasan dan lain-lain pada Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:

8. Bagaimanaa cara atau proses pembuatan produk pada Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:

9. Bagaimana ketahanan atau masa kadaluarsa dari produk yang diproduksi pada Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:

10. Apa saja kendala yang dialami dalam proses produksi pada Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:

11. Bagaimana sistem pemasaran yang diterapkan oleh Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:

12. Bagaimana metode atau sistem penjualan yang digunakan Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:

13. Kemana saja pengedaran atau pemasaran produk yang diproduksi Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:

14. Bagaimana target pasar yang ditetapkan Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:

15. Bagaimana keuntungan yang didapatkan dengan total penjualan yang terus mengalami peningkatan setiap periodenya pada Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:

16. Berapa macam produk yang dihasilkan Salim Bakery Padangsidempuan pada proses produksi yang dilakukan?

Jawaban:

17. Bagaimana struktur organisasi perusahaan Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:

18. Berapa jumlah karyawan dalam proses produksi pada Salim Bakery Padangsidempuan?

Jawaban:



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sijulang Padangsidempuan 22/33
Telepon (0634) 22080 Faksimile(0634) 24022

Nomor : 1816 /In.14/G.1/PP.00.9/10/2018
Lampiran :
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

17 Oktober 2018

Yth. Bapak;

1. Ikhwanuddin Harahap : Pembimbing I
2. Ali Hardana : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Dcdet Candra
NIM : 1440200057
Program Studi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Salim Bakery Padangsidempuan)

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080. Faximile(0634) 24022

Nomor : 2497/In.14/G.1/TL.00/12/2018
Hal : Mohon Izin Riset

27 Desember 2018

Yth:
Pimpinan UD. Salim Bakery Padangsidimpuan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Dedet Candra
NIM : 1440200037
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Salim Bakery Padangsidimpuan)**".

Sehubungan dengan itu, atas bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

an Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

SALIM BAKERY PADANGSIDIMPUAN

Jl. Sisingamangaraja, Lk. II, Batunadua Jae, Padangsidempuan Batunadua

Perihal: Keterangan Penelitian

Padangsidempuan, 1 Januari 2019

Kepada Yth,

Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan

Di

Tempat

Dengan hormat,

Sesuai dengan surat permohonan izin riset yang telah kami terima dari IAIN

Padangsidempuan menegaskan bahwa:

Nama : DEDET CANDRA

Nim : 1440200057

Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Adalah benar telah kami berikan izin mengadakan penelitian di Salim Bakery Padangsidempuan dengan judul penelitian " Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam".

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Pimpinan,



Yudni Salim