

**TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP PENENTUAN
HARGA SEMBAKO(STUDI KASUS TOKO RATNA JUWITA
DI DESA BABAT KABUPATEN MUSI BANYUASIN)**



SARJANA S1

**Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)**

OLEH :

CINDY CAROLLINE

NIM 642018010

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2021

Perihal : Pengantar Skripsi

Kepada yth,
Dekan fakultas agama islam
Universitas muhammadiyah palembang
Di
Palembang

Assalamualaikum wr.wb

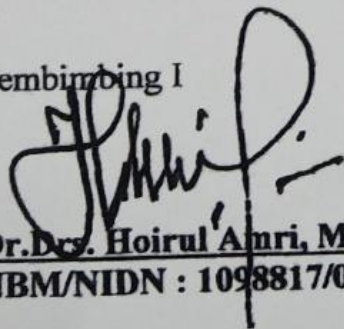
Setelah mengadakan dan perbaikan seperlunya maka skripsi yang ditulis oleh saudara/i Cindy Carolline (642018010) yang berjudul : **"Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Sembako (Studi Kasus Toko Ratna Jewita Di Desa Babat Banyuasin Kabupaten Musi Banyuasin)"**. Telah dapat diajukan dalam sidang *munaqosyah* Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang. Maka dengan ini kami ajukan skripsi tersebut agar dapat diterima dengan baik.

Demikianlah kami ucapkan terima kasih, semoga bermanfaat bagi kepentingan dunia Ekonomi Syariah baik secara teoritis maupun secara praktis oleh yang bersangkutan.

Walaikumsalam wr.wb

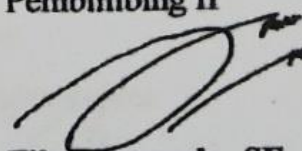
Palembang Februari 2022

Pembimbing I



Dr. Drs. Hoirul Anri, M.E.Sy
NBM/NIDN : 1098817/0212056605

Pembimbing II



Fikri Junanda, SE., M.Si
NBM/NIDN : 1200724/0222068601

**TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP PENENTUAN HARGA
SEMBAKO (STUDI KASUS TOKO RATNA JUWITA DI DESA
BABAT BANYUASIN KABUPATEN MUSI BANYUASIN**

Yang ditulis oleh saudara CINDY CAROLLINE, NIM 642018010

Telah di munaqosah dan dipertahankan

Di depan panitia penguji skripsi

Pada Tanggal 12 Maret 2022

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Palembang, 12 Maret 2022

Universitas Muhammadiyah Palembang

Fakultas Agama Islam

Panitia Penguji Skripsi

Ketua

Dr. Rulitawati, S.Ag., M.Pd.I
NBM/NIDN: 895938/0206057201

Sekretaris

Helyadi, S.H., M.H
NBM/NIDN: 995861/0218036801



Penguji I

Dr. Jamalludin, S.Ag., M.Pd.I
NBM/NIDN: 880017/0214037301

Penguji II

M. Jauhari, S.E., M.Si
NBM/NIDN: 1096413/0231106903

Menegaskan

Dekan Fakultas Agama Islam



Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum.
NBM/NIDN: 731454/0215126902

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

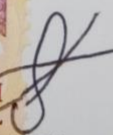
Nama : Cindy Carolline
Nim : 642018010
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Sembako
(Studi Kasus Toko Ratna Juwita Di Desa Babat Banyuasin
Kabupaten Musi Banyuasin)

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan berlaku.

Palembang, Februari 2022



Peneliti


Cindy Carolline
Nim 642018010

ABSTRAK

Cindy Carolline (642018010). Judul skripsi: Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Sembako (Studi Kasus Toko Ratna juwita Di Desa Babat Banyuasin Kabupaten Musi Banyuasin). Pembimbing I: Bapak Dr. Drs Hoirul Amri, M.E.Sy dan Pembimbing II Bapak Fikri Junanda, S.E.,M.Si.

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Maka dari toko sembako Ratna Juwita harus menjalankan oprasionalnya menurut syariat Islam, salah satunya penetapan harga. Dalam skripsi ini dijelaskan dan dianalisis penetapan harga sembako di toko Ratna Juwita.

Dalam ekonomi pada umumnya, telah diketahui metode penetapan harga dan tujuan penetapan harga adalah untuk mencari keuntungan. Sedangkan dalam Islam metode tersebut tidak diberlakukan, karena harga itu sendiri ditentukan oleh keuntungan permintaan dan penawaran atau disebut dengan harga keseimbangan, dan tujuan produksi bukan hanya untuk mencari keuntungan.

Kata Kunci: Penetapan Harga Sembako, Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam

MOTTO

- Biarlah orang lain lebih baik dari pada saya, itu adalah hak mereka. Yang penting saya harus punya motivasi dalam berusaha agar lebih sukses dari hari kemarin
- Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang.
- Angin tidak berhembus untuk menggoyang pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya.

(Cindy C)

KUPERSEMBAHKAN KEPADA

- Bapak Rustam dan Ibu Leni Marlina yang tercinta
- Hanizah Aprilta adiku tersayang
- Teman-teman, sahabat dan Almamaterku yang kubanggakan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: **Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Sembako (Studi Kasus Toko Ratna juwita Di Desa Babat Banyuasin Kabupaten Musi Banyuasin)**. Tidak lupa juga penulis haturkan shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi besar Nabi Muhammadiyah SAW, beserta para keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkat dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat retasi, tentunya saran dan kritik dari pembaca sangat diharapkan untuk memperbaiki kekurangan pada skripsi ini. Dengan kerendahan hati dan dan rasa ikhlas perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag.,M.Hum, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Bapak M. Jauhari, S.E.,M.Si. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Ibu Rina Dwi Wulandari, S.E.,M.Si. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah yang telah memberi arahan dan dukungan.
4. Bapak dan Dosen beserta Staf dan Karyawan/Karyawati Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Dosen Pembimbingku yang selalu sabar membantu dalam penulisan skripsi Bapak Dr. Drs Hoirul Amri, M.E.Sy dan Bapak Fikri Junanda, S.E.,M.Si.
6. Kedua orang tua ku tercinta Bapak Rustam dan Ibu Leni Marlina yang selalu memberikan doa, semangat dan motivasi. Dan tidak lupa pula Adiku tersayang Hanizah Aprilita yang selalu menyemangati dan mendoakan.
7. Sahabat-sahabatku dari zaman semester 1s/d akhir ini geng Viciliam (Viona, Listin, Andre, Muchlis). Yang selalu kompak.
8. Teman-teman KKN ku di desa gaung asam belida darat muara enim.
9. Pemilik toko sembako Ratna Juwita yang mendukung dan menyemangati
10. Semua pihak yang telah berpartisipasi selama penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu

Semoga Allah SWT membalas semua budi baik kalian. Akhirul kalam dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga amal ibadah yang dilakukan mendapatkan balasannya dari-Nya. Amin Ya Rabbal Alamin.

Palembang, Februari 2022



Cindy Caroline

NIM: 642018010

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
ABSTRAK	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN IV	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABLE	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Definisi Operasional	7
G. Metode Penelitian.....	8
1. Jenis Penelitian	8
2. Sumber Data.....	8
3. Teknik Pengumpulan Data	9
4. Teknik Analisis Data.....	11

H. Sistem penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Penelitian Terdahulu.....	13
B. Landasan Teori.....	19
C. Metode Penetapan Harga Perspektif Islam.....	21
D. Pengertian Penetapan Harga Perspektif Islam.....	24
BAB III GAMBARAN UMUM.....	32
A. Ruang Toko Sembako Ratna Juwita.....	32
B. Struktur Organisasi.....	35
C. Tugas Dan Wewenang.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Penetapan Harga Toko Sembako Ratna Juwita di Desa Babat Banyuasin Kabupaten Musi Banyuasin	38
B. Jenis dan Harga Sembako di Toko Ratna Juwita di Desa Babat Banyuasin Kabupaten Musi Banyuasin	42
C. Jenis dan Harga Sembako di Toko Ratna Juwita.....	43
D. Kendala Yang Dihadapi Oleh Toko Sembako Ratna Juwita.....	47
1. Perbedaan Pembeli Dalam Jumlah Banyak.....	49
2. Perbedaan Harga Toko Sembako Ratna Juwita Dengan Toko Lain.....	50
3. Pelanggan Tetap.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran.....	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

1. Tabel III.1 Nama-Nama Barang Yang Diperjual Belikan Di Toko Sembako Ratna Juwita 33
2. Tabel III.2 Jenis-Jenis Barang Yang Di Perjual Belikan Di Toko Ratna Juwita 34
3. Tabel IV.1 Daftar Nama Dan Harga Sembako Toko Ratna Juwita Di Desa Babat Banyuasin Kabupaten Musi Banyuasin 42
4. Tabel IV.2 Perbedaan Harga Sembako 50
5. Tabel IV.3 Persamaan Harga Sembako 51

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar III.3 Struktur Organisasi 35

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Allah SWT telah menciptakan manusia dan makhluk lainnya membutuhkan makanan, minuman, perlengkapan dan tempat tinggal. Sejak awal sejarah manusia dituntut untuk bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan hidup agar terjaminnya barang dan jasa serta dapat memanfaatkan nikmat Allah SWT yang telah diberikan kepada mereka. Ketika manusia tidak sanggup seorang diri dalam memenuhi segala kebutuhan barang dan jasa maka terjadilah kerja sama antara sesama manusia dalam rangka terpenuh nya kebutuhan tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka terbentuklah toko.¹ Toko merupakan suatu wadah penjualan dari sejumlah kecil komoditas kepada konsumen yang melibatkan pasar. Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran produk, baik berupa barang maupun jasa, pasar secara alaminya telah berlangsung sejak awal peradaban manusia kemudian juga diterapkan

¹ Levi dan Weitz *Retailing Management, 4th edition*. New York:Mc Irwin, Graw Hill, 2001:8

pada telah ada di zaman Rasulullah SAW dan para Khulafaur Rasyidin²

Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia memerlukan kebutuhan pokok seperti Sandang, Pangan dan Papan. Kebutuhan pangan yang juga berarti sembako merupakan salah satu kebutuhan yang sangat dibutuhkan manusia. Dimana pada saat ini telah terdapat banyak sekali

² Kotler, Philip dan A. B Susanto. 2001 *Manajemen pemasaran di indonesia*. Buku II

aktivitas pertukaran produk lewat toko. Toko yang beroperasi dan menyediakan beragam kebutuhan dengan harga yang semakin bersaing. Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut optimalisasi pemasaran agar mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Oleh karenanya sudah menjadi keharusan bagi suatu pengusaha atau pedagang untuk melaksanakan promosi dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran yang efektif,³ Termasuk pertokoan yang dikelola oleh pertokoan Ratna Juwita.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pertokoan Ratna Juwita sudah mempunyai strategi yang tepat sasaran melalui badan usaha yang sudah dikelola secara baik mungkin dengan direncanakan, diarahkan, dikendalikan dan dianggarkan sesuai dengan kondisi keuangan di badan usaha tersebut. Dengan adanya aktivitas promosi itu berarti ada upaya peningkatan penjualan pada suatu badan usaha. Meningkatnya penjualan produk tersebut berdampak pada meningkatnya kegiatan jual-beli. Kegiatan jual beli yang dilakukan oleh konsumen ataupun pelanggan dapat saling melengkapi satu sama lain dengan transaksi tukar-menukar barang atau jasa sesuai kesepakatan.⁴ Secara umum pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu ataupun kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta diinginkan dengan menciptakan pertukaran produk antara

³ Fandy Tjiptono 2015 *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta. Hal 387

⁴ Apipudin, ''*Konsep Jual-Beli (Analisis Pemikiran Abdu Al-Rahman Al-Jaziri dalam Kitab Al-Figh 'Ala-Mudahib Al-Arba'ah)*'' islaminomic vol. V. No. 2, agustus 2016

individu dan kelompok lainnya.⁵

Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep yang jelas dan mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan atau konsumen. Berkaitan dengan aktivitas pemasaran harga sembako dalam tinjauan ekonomi Islam memiliki posisi yang sangat strategis, karena pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada al-Qur'an dan al-Sunah Rasulullah SAW⁶. Pemasaran Syar'iah merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu pemrakarsa kepada *stakeholders-nya*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Islam dan muamalah dalam Islam.⁷

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam mempertahankan kelangsungan usahanya, untuk berkembang. Menurut William J. Stanton, pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.⁸ Sedangkan menurut Kertajaya, pemasaran syari'ah atau syari-ah marketing adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh

⁵ Gitosudarmo, Indiryono. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ketiga. Edisi kedua. BPFE. Yogyakarta

⁶ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi Ke-13*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009

⁷ Ahmad Munawir, *kamus arab-indonesia Terlengkap*, (Surabaya:Pustaka Progresif,1997) hal. 1068

⁸ Hermawan Kertajaya, dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka, 2006

aktivitas dalam sebuah perusahaan meliputi proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam

Dengan berpegang teguh pada nilai-nilai yang terdapat pada al-Qur'an dan Hadist, Nabi Muhammad sebagai teladan.⁹ Nilai-nilai tersebut menjadi suatu landasan yang dapat mengarahkan untuk tetap dalam koridor yang adil dan benar. Landasan atau aturan-aturan inilah yang menjadi pedoman syari'ah atau hukum dalam melakukan bisnis. Seorang muslim yang baik, dalam transaksi muamalahnya, terutama dalam hal pemasaran, baik sebagai perusahaan, pemilik, pemasar, pesaing, maupun sebagai pelanggan harus menjalankannya dengan berdasarkan pada prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, etika dan moralitas, sebagaimana dalam firman Allah surat An-Nahl ayat 90:¹⁰

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ
عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَّ

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. (QS An-Nahl:90)”

⁹ Kassab, Syaik Akram. 2010 *Metode Dakwah Yusuf Al-Qardhawi*. Jakarta Timur: Pustaka Al Kausar.

¹⁰ Al-Quran in word indonesia versi 1.3 QS An-Nahl:90

Seperti yang telah diketahui keadaan dunia yang bersifat dinamis, yang diwarnai dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu dan adanya keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Termasuk juga dalam strategi pemasaran yang merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan serta lokasinya¹¹. Demikian pula dengan toko sembako “Ratna Juwita” yang merupakan salah satu toko sembako berada di desa Babat Banyuasin. Toko ini sudah berdiri sejak tahun 2005. Letaknya berada di Jalan Veteran Riomiji desa Babat Banyuasin Kecamatan Babat Supat Kabupaten Musi Banyuasin. Toko ini menjual berbagai macam sembako seperti beras, minyak, gula pasir, pulsa dan sebagainya. Toko ini juga menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari seperti sabun, sampo, Pasta gigi. Tidak terlepas dari strategi pemasaran tersebut.

Toko Sembako “Ratna Juwita” ini menarik untuk diteliti dari segi pemasarannya yang menggunakan konsep syari’ah.¹² Konsep syari’ah yang digunakan diantaranya adalah dengan menanamkan nilai-nilai keislaman dalam berjualan seperti nilai kejujuran, keadilan dan keterbukaan. Sedangkan dari strategi pemasarannya, pemasaran syariah disini terdiri dari beberapa karakteristik. Kelemahan dan keunggulan badan usaha hendaknya dianalisis sehingga menjadi sebuah titik tolak yang kuat untuk badan usaha dalam mengambil keputusan yang efektif dan efisien serta untuk memperkuat posisinya dari para pesaing yang ada. Dalam laporan

¹¹ Tjiptono, Fandy. 2008 *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta

¹²Didin Hafidhuddin, Hendri Tanjung, *Manajemen Syari’ah dalam Praktek*, Gema Insani

keuangannya pun di Toko Sembako “Ratna Juwita” ini mengalami peningkatan penjualan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk meneliti perusahaan terkait dengan judul : **“Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penentuan Harga Sembako Studi Kasus Toko Ratna Juwita Di Babat Banyuasin Kabupaten Musi Banyuasin”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penentuan harga sembako toko Ratna Juwita dalam Ekonomi Islam?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk sembako toko Ratna Juwita?
3. Apakah dampak penerapan Ekonomi Islam Terhadap harga sembako toko Ratna Juwita?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas maka dalam hal ini penulis membatasi permasalahan yang diteliti adalah strategi apa yang digunakan pelaku pasar dalam memasarkan produk sembako di toko ratna juwita di babat banyuasin

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuannya yaitu:

1. Untuk mengetahui penentuan harga sembako di toko Ratna juwita dalam ekonomi Islam.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk sembako Ratna Juwita .
3. Untuk mengetahui penentuan harga dalam jual beli bahan pokok dengan jumlah banyak dikit di toko Ratna Juwita.

E. Adapun Manfaatnya adalah sebagai berikut :

Dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat serta kontribusi baik bagi praktisi maupun akademis di antaranya:

1. Akademis : penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan hasanah ilmu pengetahuan kepada mahasiswa/I terutama kinerja toko sembako agar dapat mengetahui sisi kinerja toko dalam dana
2. Praktisi : penelitian ini diharapkan dapat memberikan kajian yang menarik dan dapat menambah wawasan serta cakrawala keilmuan khususnya bagi penulis, umumnya bagi pembaca.
3. Subjek penelitian : Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai catatan/kolerasi dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja toko sembako.

F. Definisi Operasional

Strategi pemasaran di definisikan adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan atau usaha dan menciftakan suatu bauran. Pemasaran yang cocok

dan dapat memuaskan pasaran sasaran tersebut.

1. Strategi harga adalah menentukan tujuan penetapan harga memperkirakan permintaan biaya dan laba memilih strategi harga untuk membantu menentukan harga harga besar menyesuaikan harga dasar dengan taktik penetapan harga.
2. Strategi lokasi dan distribusi adalah menentukan lokasi dan distribusibaik untuk kantor cabang, kantor pusat, pabrik, maupun gudang.Strategi promosi adalah kegiatan marketing mix, setiap perusahaan untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimiliki baik langsung maupun tidak langsung.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan lapangan field repenelitian yang bertujuan mengungkap gejala secara kontekstual melalui kumpulan data dan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci, prosedur penelitian lapangan ini menghasilkan data deskriptif, berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang dan penelitian yang diamati. Karena itu dalam penelitian ini setiap gejala terkait dengan strategi pemasaran toko ratna juwita di babat banyuasin akan dikaji secara menyeluruh dan mendalam serta diupayakan memberikan makna yang mendalam tentang fenomena yang ditemukan terkait.

2. Sumber data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subyek data dari Mana dapat diperoleh. Sumber data primer dalam penelitian meliputi:

- a. Data primer diperoleh dari pemilik toko ratna juwita di babat banyuasin dan bagian pemasaran toko ratna juwita. Sumber data primer adalah sumber yang dapat memberikan informasi langsung, serta memiliki hubungan dengan masalah pokok penelitian sebagai bahan informasi yang di cari. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diambil dari sumber berupa wawancara dan observasi dengan pemilik usaha toko ratna juwita
- b. Data sekunder adalah sumber-sumber yang menjadi bahan penunjang dan melengkapi dalam suatu analisis, selanjutnya data ini disebut juga dan tidak langsung. Diperoleh dari perpustakaan, buku-buku mengenai strategi pemasaran, dokumen-dokumen ataupun catatan yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

3. Teknik pengumpulan data

Adapun cara yang digunakan untuk memperoleh data dalam dalam penelitian yaitu:

a. Wawancara

Metode interview wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai akan memberikan jawaban atas pertanyaan dan yang diwawancarai akan memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dilakukan kepada orang informan, mereka meliputi

pemilik toko ratna juwita, karyawan toko ratna juwita. Adapun teknik wawancara secara mendalam akan dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara yang tidak terstruktur yaitu wawancara yang bebas dimana penelitian tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun sistematis dan lengkap untuk pengumpul datanya.

b. Observasi

Menurut Nawawi dan Martin, Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam penelitian. Observasi dibutuhkan untuk gejala-gejala dalam penelitian. Observasi dibutuhkan untuk memahami proses terjadinya wawancara dan hasil wawancara dapat dipahami dalam konteksnya. Observasi dilakukan terhadap subjek, perilaku subjek selama wawancara, interaksi subjek dengan peneliti, dan hal-hal yang dianggap relevan sehingga dapat memberikan data tambahan terhadap hasil wawancara. Teknik ini adalah pengamatan dari peneliti terhadap obyek penelitiannya, kita dapat mengumpulkan data ketika peristiwa terjadi dan dapat datang lebih dekat untuk meliputi seluruh peristiwa. Semua hasil observasi ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang kegiatan penjualan, pelaksanaan penjualan, dan kondisi yang ada di tempat tersebut.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen gambar, majalah dan lain sebagainya.

Dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data tentang berbagai jenis kegiatan usaha pemasaran yang terdokumentasi dalam berbagai buku ataupun catatan-catatan kegiatan toko ratna juwita.

4. Teknik analisis data

Dalam menganalisis data penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif atau menggunakan deskriptif analisis yaitu berangkat dari fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang bersifat empiris kemudian data tersebut dipelajari dan dianalisis sehingga bisa dibuat suatu kesimpulan dan generalisasi yang bersifat umum. Analisa data dilakukan setelah pengumpulan data pengumpulan data dianggap selesai pada tahap pertama dilakukan pengorganisasian data. Langkah berikutnya mengelompokkan data dan mengategorikan data sesuai dengan pedoman yang telah ditentukan kemudian data sesuai dengan pedoman yang telah ditentukan, kemudian data disusun dan selanjutnya dilakukan penafsiran dan kesimpulan.

H. Sistematika Penulisan

BAB 1 : PENDAHULUAN

dalam bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah tujuan dan manfaat penelitian, didefinisi operasional metode Penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA / LANDASAN TEORI

bab ini berisi penelitian sebelumnya dan teori berkenan dengan

strategi pemasaran

BAB III : GAMBARAN UMUM

bab ini berisi sejarah singkat toko, visi dan misi toko, struktur organisasi toko, tugas dan wewenang.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan tentang bagaimana penentuan harga sembako toko ratna juwita di desa babat banyuasin kabupaten musi banyuasin

BAB V : PENUTUP

bab ini berisi bagaian penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

- Al- Arif, M Nur Rianto da Amalia Euis.2010. Teori Mikro Ekonomi (*suatu perbandingan ekonomi Islam dan ekonomi konvensional*). Jakarta: PT.Pranada Media Group
- Al-Quran'anul Karim
- Al-Quran *in word indonesia* versi 1.3 QS An-Nahl:90
- Ahmad Munawir, *kamus arab-indonesia Terlengkap*,(Surabaya:Pustaka Progresif,1997) hal.1068
- Amalia, Euis.2009.*Distributif Dalam Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT. RajaGrafindoPersada
- Apipudin, ''*Konsep Jual-Beli (Analisis Pemikiran Abdu Al-Rahman Al-Jaziri dalam*
- Didin Hafidhuddin, Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah dalam Praktek*, Gema Insani Press
- Fandy Tjiptono 2015 *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta. Hal 387.
- Gitosudarmo, Indiryo. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ketiga. Edisi kedua. BPFE. Yogyakarta
- Hermawan Kertajaya, dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka, 2006.
- Hasan, Iqbal.2008 *Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Kasmir, 2011. *Kewirausahaan. Edisi. K3-6*. Jakarta:Rajawali Pers
- Kassab, Syaik Akram. 2010 *Metode Dakwah Yusuf Al-Qardhawi*. Jakarta Timur: Pustaka Al Kausar.
- Kitab Al-Figh 'Ala-Mudahib Al-Arba'ah)*'' islaminomic vol. V. No. 2, agustus 2016.
- Kotler, Philip dan A. B Susanto. 2001 *Manajemen pemasaran di indonesia*. Buku II.
- Levi dan Weitz *Retailing Management,4th edition*. New York:Mc, Graw Hill,Irwin 2001:8.

- Muhammad, 2008. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers
- Nasution, Mustafa Edwin. 2006, *Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam*. Jakarta
Kencana Pranada Media Group
- Philip Kotler, Kevin Lane Killer, *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi Ke-13*,
Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan D. Bandung*: Alfabeta, 2011 Persada
- Syafei, Rahmad. 2000, *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia
- Tim P3EI UII Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, Jakarta:PT.RajaGrafindoPersada
- Tjiptono, Fandy. 2008 *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta