

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam kehidupan sehari-hari, kita melihat banyak orang terlibat dalam berbagai kegiatan bisnis. Beberapa dari mereka berhasil mengembangkan usaha dan meningkatkan bisnis mereka seiring waktu, sementara yang lain mengalami kegagalan. Bagi mereka yang sukses, melakukan aktivitas bisnis menjadi semakin menarik.² Setiap perusahaan berupaya untuk menetapkan strategi pemasaran dan menentukan target pasar dalam menjalankan aktivitas pemasaran. Proses pemasaran dimulai dari produksi sebuah produk hingga produk tersebut diterima oleh konsumen. Semua aktivitas pemasaran ini bertujuan untuk menentukan aspek produk, pasar, harga dan promosi.³

Dalam pemasaran sering kali terdapat persaingan yang tidak sehat. Persaingan tersebut muncul ketika pelaku bisnis berkompetisi dalam produksi dan penjualan barang atau jasa dengan cara yang tidak jujur, melanggar hukum, atau berusaha menghalangi pesaing. Ketika seorang pelaku usaha telah berhasil menguasai pasar atau berhasil menciptakan monopoli, mereka bisa menaikkan harga tanpa memperhatikan permintaan pasar, karena tidak ada pesaing yang dapat mempengaruhi mereka. Persaingan yang tidak sehat ini terjadi ketika bisnis bersaing dengan tidak jujur, curang, atau melanggar hukum. Ini dapat menyulitkan pesaing dalam menjalankan bisnis serupa. Persaingan usaha yang tidak sehat terjadi ketika

² Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), Hal. 13.

³ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif*, (Bandung: Gramedia Pustaka Utama, 2018), Hal. 21.

pelaku bisnis berkompetisi dalam produksi dan penjualan barang atau jasa dengan cara yang tidak etis atau ilegal melawan hukum.⁴

Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berfungsi sebagai landasan hukum untuk melindungi konsumen dari praktik yang merugikan, seperti iklan yang menyesatkan, penipuan harga dan produk berkualitas rendah. Undang-Undang ini juga menetapkan tanggung jawab bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang tetap, akurat, menjamin kualitas produk dan menyediakan layanan pasca pembelian yang memadai. Selain itu, peraturan ini tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga meningkatkan kesadaran mereka tentang hak dan kewajiban dalam bertransaksi.⁵ Ini penting untuk mendorong konsumen menjadi lebih kritis dan berdaya dalam memilih produk atau layanan, sehingga mendorong terciptanya persaingan usaha yang sehat dan adil. Pelaku usaha juga harus memberikan informasi yang jelas mengenai penetapan harga produk yang mereka jual.

Penetapan harga adalah proses untuk menentukan pendapatan yang akan diterima perusahaan dari produk atau layanan yang disediakan. Proses ini melibatkan pemahaman tentang harapan pasar sasaran, yang mencakup kebutuhan, keinginan dan ekspektasi konsumen. Oleh karena itu, produsen perlu memahami dengan baik sejauh mana konsumen sensitif terhadap perubahan harga. Penetapan harga merupakan salah satu keputusan penting

⁴ Ria Sintha Devi, Muhammad Ansori Lubis, dkk, Persaingan Usaha Tidak Sehat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, *Jurnal Ilmiah Metadata*, Vol.6 No.1, Edisi Januari 2024, Hal. 108.

⁵ *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.*

dalam pemasaran. Harga menjadi satu-satunya komponen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan, sementara ketiga komponen lainnya (produk, distribusi dan promosi) mengakibatkan biaya. Selain itu, harga bersifat fleksibel, yang memungkinkan untuk diperbarui dengan cepat.⁶

Penetapan harga merujuk pada harga yang adil atau harga keseimbangan yang muncul dari adanya interaksi antara permintaan dan penawaran dalam pasar yang kompetitif. Ini adalah langkah kedua setelah pemasaran. Penetapan harga bukanlah tugas yang mudah, karena bisa berpengaruh terhadap penjualan dan keuntungan.⁷ Proses pengambilan keputusan akan menjadi lebih kompleks jika ada persaingan yang ketat, di mana terdapat banyak barang sejenis di pasar. Beberapa perusahaan mungkin menetapkan harga lebih tinggi dari rata-rata pasar dan berhasil bersaing serta meningkatkan penjualan, sementara yang lain mungkin menawarkan harga lebih rendah tetapi mengalami kesulitan dalam penjualan.

Masalah harga adalah salah satu dari empat variabel kunci yang perlu dikelola secara harmonis untuk mencapai tujuan manajer pemasaran. Variabel utama pemasaran tersebut meliputi harga, produk, tempat dan promosi. Setiap penetapan terkait harga memiliki dampak signifikan terhadap berbagai aspek perusahaan, baik dalam hal penjualan maupun keuntungan yang ingin diraih.⁸ Harga mencerminkan biaya atau nilai yang

⁶ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015), Hal. 290.

⁷ Sudono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), Cet. Ke-1, Hal. 222.

⁸ Buchari Alma, *Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2005), Cet. Ke-

dirasakan oleh konsumen ketika mereka memperoleh dan menggunakan suatu produk. Ini mencakup biaya finansial dari konsumsi, serta biaya sosial non-finansial seperti waktu, usaha, aspek psikologis, risiko, serta status sosial. Menurut Kotler, harga adalah salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya terkait dengan biaya.⁹ Jadi pada intinya harga sangat berpengaruh pada penjualan suatu produk.

Harga suatu produk memainkan peran penting dalam transaksi jual beli, terutama dalam industri makanan tradisional seperti jenang. Penetapan harga yang tidak adil dapat berdampak pada kesejahteraan konsumen serta menimbulkan ketidakpercayaan terhadap pelaku usaha. Salah satu pelaku usaha yang dikenal adalah UD. Jenang Barokah, yang berlokasi di Desa Bono, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung. Ini adalah salah satu produsen jenang tradisional yang telah lama beroperasi. Namun, saat menentukan harga, sering kali muncul pertanyaan mengenai apakah harga tersebut telah mencerminkan prinsip keadilan bagi konsumen. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan regulasi penetapan harga agar sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang bertujuan melindungi hak-hak konsumen dan mendorong terciptanya persaingan usaha yang sehat.

Berdasarkan pemaparan latarbelakang yang telah peneliti uraikan maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi mengenai proses penetapan harga jenang tradisional di UD. Jenang Barokah Desa Bono Kecamatan

⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), Edisi 13 Jilid 2, Hal. 67.

Boyolangu Kabupaten Tulungagung, bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jenang tradisional dan bagaimana kesesuaian penetapan harga jenang tradisional di UD. Jenang Barokah Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dari pemaparan diatas maka peneliti akan mengkaji permasalahan tersebut serta akan membahas lebih lanjut mengenai **“Penetapan Harga Jenang Tradisional Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Penetapan Harga dalam Islam (Studi di UD. Jenang Barokah Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah tercantum di atas, terdapat beberapa pertanyaan yang tersusun dalam fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana proses penetapan harga jenang tradisional di UD. Jenang Barokah?
2. Bagaimana kesesuaian penetapan harga jenang tradisional di UD. Jenang Barokah dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
3. Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jenang tradisional di UD. Jenang Barokah menurut Hukum Ekonomi Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah tercantum di atas, terdapat beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses penetapan harga jenang tradisional di UD. Jenang Barokah.
2. Untuk mengetahui bagaimana kesesuaian penetapan harga jenang tradisional di UD. Jenang Barokah dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jenang tradisional di UD. Jenang Barokah menurut Hukum Ekonomi Syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah tercantum di atas, terdapat beberapa kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan suatu manfaat serta memberikan wawasan ilmu yang lebih luas dan menjadi pemahaman yang dapat digunakan oleh peneliti berikutnya terkait “Penetapan Harga Jenang Tradisional ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Penetapan Harga dalam Islam (Studi di UD. Jenang Barokah Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)”.

2. Secara Praktis

a. Bagi Pemilik UD. Jenang

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini mampu memberikan manfaat bagi pemilik UD. Jenang Barokah Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung, dengan adanya penelitian ini nantinya bisa dijadikan sebagai bahan rujukan terkait dengan penetapan harga jenang tradisional ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan penetapan harga dalam Islam.

b. Bagi Masyarakat

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini mampu memberikan wawasan lebih luas lagi terkait dengan penetapan harga jenang tradisional yaitu prinsip yang menekankan pentingnya keadilan, transparansi, dan kesejahteraan umum dalam distribusi barang. Dengan demikian, setiap individu diharapkan untuk berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat tanpa mengeksploitasi situasi yang menguntungkan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

c. Bagi Peneliti Berikutnya

Bagi peneliti berikutnya bisa dijadikan rujukan dan bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya sehingga peneliti berikutnya mampu mengembangkan lebih mendalam lagi mengenai materi-materi penelitian sehingga bisa meningkatkan kualitas pembelajaran. Bilamana terdapat kekurangan dalam penelitian ini

diharapkan peneliti berikutnya bisa mengembangkan dan mengkaji lebih mendalam lagi terkait dengan tema penelitian supaya bisa memecahkan masalah yang ada.

E. Penegasan Istilah

Penegasan istilah adalah bagian penting dalam sebuah penelitian untuk memastikan bahwa pembaca memahami istilah-istilah yang digunakan dalam konteks yang dimaksud oleh peneliti. Agar tidak terjadi kesalahan tafsir tentang istilah yang digunakan dalam penelitian ini yaitu “Penetapan Harga Jenang Tradisional ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Penetapan Harga dalam Islam (Studi di UD. Jenang Barokah Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)” maka perlu dijelaskan istilah-istilah sebagai berikut:

1. Penegasan Istilah secara Konseptual.

a. Harga (*Price*).

Harga adalah nilai dari barang atau jasa yang diukur dengan uang, yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan berbagai barang atau jasa beserta layanan yang terkait. Selain itu, harga juga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk atau jasa yang diperlukan dalam memenuhi kebutuhannya.¹⁰

¹⁰ Anggi Pratiwi Sitorus, Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 1, No. 1 (Januari 2022), Hal. 46

b. Penetapan Harga.

Penetapan harga adalah proses menentukan nilai jual suatu barang atau jasa yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti biaya produksi, permintaan pasar, persaingan dan kebijakan perusahaan. Harga yang adil atau harga keseimbangan dihasilkan melalui interaksi antara permintaan dan penawaran dalam kondisi persaingan yang sempurna. Menetapkan harga bukanlah tugas yang sederhana, karena keputusan ini akan berdampak pada penjualan dan keuntungan.¹¹

c. Jenang Tradisional.

Jenang tradisional adalah kuliner khas Indonesia yang dibuat dari bahan dasar seperti tepung ketan, tepung beras, santan kelapa atau bahan alami lainnya. Makanan ini biasanya dimasak dengan menambahkan air dan gula, serta terkadang rempah-rempah. Dalam budaya Indonesia jenang sering dihidangkan pada acara-acara tertentu, seperti perayaan, upacara adat, atau pernikahan dan memiliki nilai simbolis sebagai lambang keberuntungan, kesuburan, dan kebahagiaan.¹² Menurut Susanto (2015: 112), jenang merupakan makanan khas daerah yang memiliki tekstur kenyal dan legit, sering digunakan dalam acara adat sebagai simbol keberkahan dan kebersamaan.

¹¹ Sudono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), Cet. Ke-1, Hal.222.

¹² Annisa Kusumaningrum, dkk, Pengaruh Waktu Penyimpanan Terhadap Karakteristik Makanan Tradisional “Jenang Saban”, *Jurnal Penelitian Teknologi Industri*, Vol. 9 No. 1 Juni 2017, Hal.24.

- d. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang ini menjelaskan tentang perlindungan konsumen, konsumen itu sendiri, pelaku usaha, barang, jasa promosi, impor, impor jasa, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, klausula baku, badan penyelesaian sengketa konsumen, badan perlindungan konsumen nasional, serta peran menteri.¹³

2. Penegasan Istilah secara Operasional.

Sebagai upaya untuk meminimalisir adanya ketidaksesuaian pemahaman mengenai topik penelitian, serta untuk memudahkan para pembaca dalam memahami terkait judul penelitian “Penetapan Jenang Tradisional ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Penetapan Harga dalam Islam (Studi di UD. Jenang Barokah Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)”, maka diperlukan adanya penegasan istilah baik secara konseptual maupun operasional.

F. Sistematika Penulisan.

Sistematika penulisan skripsi ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman terhadap skripsi serta memberikan gambaran umum. Skripsi ini dibagi menjadi tiga bagian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi dan bagian akhir. Berikut adalah sistematikanya:

¹³ *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.*

1. Bagian Awal Skripsi. Bagian awal skripsi ini berisi halaman sampul depan, halaman sampul dalam, persetujuan pembimbing, pengesahan, pernyataan keaslian tulisan, moto, persembahan, kata pengantar, pedoman transliterasi arab latin, abstrak, daftar isi.
2. Bagian Isi Skripsi. Bagian isi skripsi memuat enam bab yakni: pendahuluan, kajian pustaka, metode penelitian, hasil penelitian dan pembahasan, serta penutup terdiri dari kesimpulan dan saran yang secara lebih rinci dapat diuraikan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, seperti latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka, berisi uraian secara rinci mengenai kajian pustaka yang terdiri dari pengertian penetapan harga, tujuan penetapan harga, metode penetapan harga, strategi penetapan harga, faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga, pengertian jenang tradisional dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dilanjutkan dengan penelitian terdahulu.

Bab III Metode Penelitian, meliputi jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan pengabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian, meliputi paparan data, hasil penelitian dan temuan penelitian terkait dengan Penetapan Harga Jenang Tradisional ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

Perlindungan Konsumen dan Penetapan Harga dalam Islam (Studi di UD. Jenang Barokah Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung).

Bab V Pembahasan, pada bab ini berisi tentang pembahasan hasil penelitian mengenai analisis data terkait dengan Penetapan Harga Jenang Tradisional ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Penetapan Harga dalam Islam (Studi di UD. Jenang Barokah Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung).

Bab VI Penutup, pada bab ini meliputi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan berkaitan dengan Penetapan Harga Jenang Tradisional ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Penetapan Harga dalam Islam (Studi di UD. Jenang Barokah Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung).

3. Bagian Akhir Skripsi memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran dan riwayat hidup penulis.