

PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM DALAM *MARK UP PRICING* UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL EMAS

Yusuf¹, Eny Latifah², Muhammad Baharuddin Yusuf³

¹Fakultas Agama, Sekolah Tinggi Agama Islam Salahuddin Pasuruan, Indonesia

^{2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Tarbiyatut Tholabah Lamongan, Indonesia

Korespondensi: Yusuf_yusuf@staispasuruan.co.id

ARTICLE HISTORY

Received:

14 Desember 2023

Revised

15 Desember 2023

Accepted:

18 Desember 2023

Online Available:

30 Desember 2023

Kata Kunci:

Mark Up Pricing, Harga Jual, Emas, Etika Bisnis Islam

Keywords :

Mark Up Pricing, Sale Price, Gold, Islamic Business Ethics

Licensed Under

a Creative Commons

Attribution 4.0

International License



Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja etika bisnis Islam yang ada pada praktik Mark Up Pricing dalam penetapan harga jual emas. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis studi Kasus. Hasil Penelitian adalah Prinsip etika bisnis Islam dalam Mark Up Pricing untuk penetapan harga dengan menerapkan prinsip (a)Kesatuan: bekerja untuk ibadah serta dilakukan dengan cara halal; (b)Keseimbangan: menjaga kepercayaan pelanggan dengan menyediakan produk emas murni dengan kualitas terbaik; (c)Kehendak bebas: Bebas menentukan bahan pokok terbaik dan menyediakan pesanan dengan tepat waktu; (d)Tanggung jawab, kebajiiikan: menerima penjualan kembali dengan syarat tidak berasal dari emas hasil pencurian, (e)Kebenaran, dan kejujuran: jujur dalam pengambilan keuntungan standar dan tidak tinggi baik produksi sendiri atau dari pihak lain, (f)Toleransi dan keramahan: Pembeli akan diberikan rekomendasi bilamana pihak toko tidak memiliki produk yang dicari, dan (g)Keterbukaan dan kebebasan: Menerima kritik dan saran dari pembeli demi meningkatkan kualitas dan pelayanan.

Abstract

The purpose of this research is to find out what Islamic business ethics exists in the practice of Mark Up Pricing in the setting of the sale price of gold. The research method used is qualitative with the type of case study. The Research Results are the Principles of Islamic Business Ethics in the Mark Up Priceing for pricing by applying the principle (a) Unity: work for worship and done in a fair manner; (b) Balance: keep customer confidence by providing pure gold products with the best quality; (c) Free will: Freedom to determine the best raw materials and provide orders on time; (d) Responsibility, courtesy: accepting re-sales on conditions that do not come from the gold of the theft, (e) Truth, and honesty: honest in taking standard and poor profits of production itself or from others, (f) Tolerance and hospitality: Buyers will be given recommendations as soon as the side of the store does not own and the product is sought, (E) Surface clarity: Receiving critics and for the sake of improving the quality and advice of the buyer.

PENDAHULUAN

Jual beli merupakan kegiatan muamalah yang sehari-hari dilakukan oleh umat manusia. Umat Islam hendaknya melaksanakan jual beli dengan cara yang sudah ditetapkan syara'. Hukum Jual beli mubah atau diperbolehkan pada ajaran Islam.

Dalam kegiatan jual beli terdapat aktifitas tawar menawar yang dilakukan dua pihak pembeli dan penjual dengan tujuan mendapatkan kesepakatan dalam transaksi. Sebagai Penjual tentunya memiliki kehendak menjual barang dengan harga yang tinggi, sedangkan pembeli menghendaki pembelian dengan harga yang rendah, sehingga di aktifitas tawar menawar akan ketemu di titik tengah sehingga dapat tercipta kesepakatan harga yang diridloi kedua belah pihak dalam jual beli.(Jannah, 2020).

Salah satu jual beli komoditas yang mana memberikan keuntungan di masa yang akan datang terkait dengan keuntungan atas kepemilikan dari komoditas tersebut adalah perhiasan emas. Dimana emas merupakan logam mulia yang memiliki nilai keindahan dan nilai financial tinggi dan sering dijadikan sebagai sarana mengekspresikan diri. Karena banyak orang-orang yang rela mengeluarkan dana yang tidak sedikit demi memiliki logam mulia dengan berbagai variasinya itu(Pratiwi & Nashirudin, 2021).

Emas sering dijadikan simbol dari kekayaan, tidak hanya itu emas juga bisa digunakan sebagai investasi. Emas juga memiliki berbagai macam jenis dan kadar. Jenis-jenis emas seperti emas perhiasan(perhiasan emas), emas batangan, emas antam, emas london, emas lokal, emas koin(dinar) dan lain-lain. Kadar-kadar emas ada yang 30%, 40%, 70%, 85%, 91,6%, 95% dan 99%.(Salim, 2011).

Suatu perusahaan didalam meningkatkan penjualan tentunya harus mampu memberikan harga yang terjangkau, harga seimbang dengan kualitas yang baik termasuk memberikan variasi harga terhadap konsumen serta harga yang ditawarkan kompetitif dengan harga dari pesaing.(Adipramita & Cempena, 2019)

Dalam penentuan harga yang tepat dalam jual beli emas perlu adanya pertimbangan yang tidak mudah, karena dalam penentuan harga perlu adanya perhitungan biaya-biaya lain dalam proses produksi serta memperhitungkan keuntungan yang nantinya ingin didapatkan. Hal ini perlu dilakukan adanya Mark Up dalam penentuan harga jual pada komoditas emas.

Salah satu metode yang tepat untuk dipergunakan dalam jual beli emas adalah dengan menggunakan "Mark Up" atau "Mark On Percentage". Kenapa demikian, karena sekarang banyak pedagang emas yang tidak memproduksi secara langsung sehingga tidak banyak aktiva tetap yang digunakan. Dan cara yang digunakan adalah dengan persentase diatas harga produk yang dibeli.(Slamet, 2002)

Mark Up tergolong salah satu metode penentuan harga yang biasanya dianggap paling simpel dan paling banyak diterapkan. Metode ini umumnya ditetapkan dengan tujuan untuk menutup biaya tidak langsung serta laba-rugi usaha.Mark Up merupakan jumlah rupiah yang ditambahkan pada suatu produk sehingga menghasilkan suatu harga jual. Para pelaku usaha akan menentukan harga barang yang dijualnya dengan cara menambahkan Mark Up pada harga beli per satauan, persentase pada setiap jenis

barang juga berbeda-beda. Peresentase kenaikan harga (Mark Up) ini bervariasi tergantung toko dan jenis produk yang dijual pada toko.

Pada metode ini, harga produk di naikan dengan cara menambah presentase dari biaya produk disebut Mark Up. Metode yang dipandang paling sederhana yang banyak dilakukan oleh para pelaku bisnis ialah dengan cara menambahkan sejumlah kenaikan (Mark Up) pada biaya produk.(RAHAYU, 2019)

Permasalahan pada penetapan harga pada perhiasan emas, masyarakat menganggap harga perhiasan emas di toko emas ini harganya mahal. Kebanyakan masyarakat memahami seperti contoh harga emas kadar 70% hari ini Rp. 550.000 per gram, sedangkan di toko emas harga cincin(ring) kadar 70% dengan berat 3gram ini berharga Rp1.800.000, kalau dibulatkan harga cincin per gram nya Rp600.000, sedangkan keuntungan toko emas ini per gram nya mendapatkan Rp50.000 X 3gram = Rp150.000. Maka dari itu masyarakat menganggap harga perhiasan emas di toko emas itu mahal dan toko emas dianggap mengambil keuntungan agak banyak, apabila perhiasan emas dijual kembali ke toko emas akan dikenakan potongan harga.

Toko perhiasan emas “H. Abdul Mukhid” ini beralamat di stand pasar Blimbing bidang transaksi jual beli emas yang memiliki karakteristik bisnis yang spesifik. Dikategorikan sebagai kegiatan bisnis yang spesifik karena pembelian dari pelanggan dan penjualan emas secara tunai. atau bisa secara kredit (tidak tunai), toko perhiasan emas “H. Abdul Mukhid” menjual berbagai perhiasan emas seperti: cincin, gelang, kalung, antinganting dan berbagai macam model dan juga kadar(karat).

Toko perhiasan emas “H. Abdul Mukhid” pencatatan data transaksi penjualan dan pembelian emas serta rekapitulasi laporan harian sudah dilakukan dengan rapi. Bagi pemilik toko pencatatan transaksi harian perlu dilakukan karena prinsip Toko emas “H. Abdul Mukhid” merupakan bisnis keluarga dengan asas kepercayaan dan kekeluargaan. Proses tersebut membutuhkan waktu yang lama untuk menganalisis laporan laba rugi dari proses transaksi penjualan dan pembelian emas, apalagi transaksi jual beli emas mempunyai perputaran uang sangat besar karena harga emas selalu berubah-ubah mengikuti nilai dollar.

Dari beberapa praktik terkait penentuan harga jual yang ada perlu sekiranya mengangkat lebih dalam terkait praktik mark up pricing dalam menentukan harga jual emas serta menilai dari etika bisnis yang ada dalam perspektif Islam.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan secara jelas dan terinci mengenai aspek-aspek yang relevan dari fenomena yang menjadi ketertarikan peneliti (Abdussamad, 2022)

Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif karena untuk menjawab pertanyaan penelitian yang terdapat pada fokus penelitian secara komprehensif dan mendalam (Assyurrohmah et al., 2023) yaitu terkait praktik mark up pricing dalam menentukan harga jual perhiasan emas dengan perspektif etika bisnis Islam.

Penelitian ini juga dianggap sebagai pendekatan luas karena langsung berinteraksi dengan objek yang akan diteliti sehingga akan mendapatkan sumber data yang akurat dan pasti. (Hasibuan et al., 2021). Sedangkan dilihat dari informasi datanya penelitian ini termasuk penelitian yang dapat kita lihat melalui format pelaksanaan penelitian dalam bentuk studi kasus. Dimana penelitian ini memilih studi kasus pada toko emas H. Mukhid di Pasar Blimbing Paciran Lamongan.

Informan kunci dalam penelitian ini adalah Bapak Kepala Desa Blimbing, yakni Bapak Erwanda Fathoni Prasetya Nugraha. Sedangkan informan utama dalam penelitian ini adalah penelitian ini adalah Bapak H. Abdul Mukhid selaku pemilik toko emas "H. Abdul Mukhid" dan Informan pendukung adalah 3 pembeli yaitu Ibu Idhoh, Ibu Sholatin dan Ibu Erika dan juga pegawai Toko Emas H. Abdul Mukhid, yakni Mas Alfin dan Bapak Khazim.

Teknik Penggalan data merupakan cara yang digunakan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan lingkup penelitian. Penggalan data dapat diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis observasi nonpartisipan, karena dalam observasi ini peneliti tidak menjadi bagian atau tidak melakukan suatu aktifitas yang sama dengan kelompok atau informan, hanya bertindak sebagai peneliti saja. Penulis akan mempersiapkan draf pertanyaan sebelum wawancara informan. Dengan harapan mendapatkan data yang dibutuhkan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Dan jenis dokumen berupa data pendukung dapat berupa dokumen tertulis maupun data yang terdapat pada obyek penelitian yang ada di toko emas H. Abdul Mukhid baik berupa foto, rekaman suara saat melakukan wawancara, dan data lain yang berkaitan dengan etika bisnis pada penetapan harga perhiasan emas.

Teknik Analisis Data adalah proses untuk mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi melalui penentuan objek penelitian dan pembuatan kesimpulan sehingga dapat mudah dipahami oleh peneliti dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain (Kusumastuti & Khoiron, 2019)

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis domain. Analisis domain merupakan analisis yang digunakan untuk memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh dari suatu penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sejarah singkat dari obyek penelitian adalah Toko Emas H. Abdul Mukhid di Desa Blimbing adalah salah milik dari Bapak H. Mukhid. Beliau bukanlah warga asli dari Kelurahan Blimbing. Beliau berasal dari Desa Sendangduwur Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. Desa Sendang selain dikenal dengan batik sendangnya juga terkenal dengan pengrajinan emasnya. Sebelum beliau berjualan emas Beliau adalah seorang pengrajin emas di desa Sendangduwur. H. Abdul Mukhid awal mulanya belajar membuat kerajinan emas sejak kelas 3 MI(SD) selama 9 tahun di H. Kusnan, lalu berdikari sendiri dirumahnya. Menjadi pengrajin emas ini dilakukan dari

remaja sampai menikah. Setelah itu H. Abdul Muhid mulai melirik untuk melakukan aktifitas jual beli emas selain membuat emas. Dan awal mulai H. Abdul Muhid berjualan di Pasar Campurejo dari tahun 1998 sampai tahun 2002, waktu itu H. Abdul Mukhid masih dalam belajar terjuan didunia berdagang perhiasan emas dari pengerajin emas. Setelah itu akhir tahun 2002 H. Abdul Mukhid berjualan perhiasan emas dari pasar Campurejo Gersik pindah ke pasar Blimbing Paciran. Alasan H. Abdul Mukhid Pindah di pasar Blimbing karena lebih ramai, lebih berpotensi dan juga lebih dekat dari rumah daripada dipasar Campurejo. (Mukhid, 2023)

Operasional jual beli yang dilakukan H. Abdul Muhid di Toko yang berada di Pasar Blimbing dimulai dari pukul 08.00 WIB sampai pukul 12.00 WIB. Untuk tenaga di toko H. Abdul Mukhid ini dibantu oleh Mas Alfin atau anak bungsunya, selain membantu ditoko H. Abdul Mukhid ini bertujuan untuk membelajari anak bungsunya agar nantinya bisa meneruskan usaha yang dimilikinya. Produk perhiasan emas yang dijual di toko emas H. Abdul Mukhid adalah cincin, kalung, gelang, gelang kaki, anting-anting dan liontin. Dimana bentuk dan warna liontin bermacam-macam. Hal ini perlu dilakukan sebagai bentuk strategi dalam memberikan kepuasan bagi konsumen atas keinginan sesuai dengan bentuk yang diinginkan dari konsumen. Seperti yang diutarakan Bapak H. Abdul Mukhid dibawah ini:

“Kami juga melayani permintaan bentuk dan jenis liontin yang dikehendaki konsumen, misal konsumen menghendaki warna liontin diganti biru sedangkan kami baru ada warna merah maka besoknya akan kami sediakan. Dan apabila konsumen menghendaki bentuk love sedangkan kami baru ada bentuk lingkaran maka besoknya juga kami akan menyediakan bentuk yang diinginkan konsumen” (Mukhid, 2023)

Terkait dengan bentuk perhiasan dan warna liontin yang ada di perhiasan emas seringkali disediakan sesuai dengan selera konsumen. Karena bagi H. Abdul Mukhid pelayanan terbaik yang diberikan konsumen akan menciptakan loyalitas tinggi. Selain harga perhiasan yang terjangkau juga perlu menjaga etika bisnis yang diterapkan agar sesuai dengan prinsip Islam tidak hanya sebagai bentuk ketaatan namun bisa menciptakan keharmonisan dalam membangun persaudaraan antara penjual dan pembeli.

Hasil Penelitian terkait praktek Mark Up Pricing dalam penentuan Harga Jual Perhiasan Emas H. Abdul Mukhid dengan perspektif Etika Bisnis Islam adalah:

1. Praktik Mark Up Pricing Atas Penetapan Harga Jual Dan Beli Perhiasan Emas Toko H. Abdul Mukhid (1)Melihat harga umum di pasar itu; (2)Menentukan harga bahan (emas). (3)Perhiasan membuat sendiri menentukan ongkos pembuatan Rp10.000. (4) Menentukan keuntungan perhiasan membuat sendiri Rp20.000. Menentukan keuntungan perhiasan beli(kulakan) Rp15.000-Rp20.000. (5)Merubah harga apabila ada naik turunnya harga emas, dengan cara merubah harga emasnya saja + ongkos & keuntungannya. (6)Faktor yang menentukan harga perhiasan emas yaitu kadar, berat dan bentuk. Tetapi bentuk tidak begitu mempengaruhi harga kecuali pemesanan dengan bentuk tidak umum yang ada dipasaran(custom).
2. Perspektif Etika Bisnis atas Praktik Mark Up Pricing Atas Penetapan Harga Jual Dan Beli Perhiasan Emas Toko H. Abdul Mukhid

Pertama, Prinsip Kesatuan yaitu Perhiasan-emas memproduksi sendiri dan membeli dari pihak lain(kulakan), dalam hal ini H.Abdul Mukhid ini bekerja atau melakukan bisnis ini dengan diniatkan ibadah dan bahwa rezeqi sudah diatur oleh Allah SWT, yang terpenting dalam hal ini dilakukan dengan cara halal.

Kedua, Prinsip Keseimbangan yaitu Perhiasan emas memproduksi sendiri dan membeli dari pihak lain(kulakan), dalam hal ini H.Abdul Mukhid ini tidak hanya pengambilan keuntungan saja yang diperhatikan tetapi, dengan produknya selalu diperbarui agar dapat mengikuti zaman dan juga bisa bersaing di pasaran, selain itu menjaga kualitas produknya dengan mengontrol bahan pokok perhiasan(emas).

Ketiga, Prinsip Kehendak bebas yaitu Perhiasan emas memproduksi sendiri, dalam hal ini H.Abdul Mukhid kehendak bebas yang dilakukan yaitu bebas dalam menentukan bahan pokok agar bisa menghasilkan kualitas yang bagus, dan juga dalam memilih pengrajin tidak pandang usia dan lulusan sekolahnya yang terpenting hasil pekerjaannya bagus dan tepat waktu serta orangnya amanah. Perhiasan emas membeli dari pihak lain(kulakan), dalam hal ini H.Abdul Mukhid kehendak bebas yaitu memilih barang yang bagus untuk dibeli ketika ada sales(pemasok) menawarkan barang ke saya.

Keempat, Prinsip Pertanggungjawaban yaitu Perhiasan emas memproduksi sendiri dan membeli dari pihak lain(kulakan), dalam hal ini H.Abdul Mukhid melakukan tanggung jawab dengan pembelinya apabila perhiasan emas yang dulunya beli ditokonya maka sewaktu-waktu ada penjualan kembali harus menerima dengan adanya surat perhiasan tersebut apabila tidak ada surat perhiasan tidak berani menerimanya karena khawatir barang itu kasus, menerima penjualan tanpa surat apabila yang menjual itu orang yang langganan ditoko itu, orang terpercaya atau kenal betul sama yang jual, karena itu adalah tanggung jawab toko tersebut dalam penjualan kembali perhiasan emas.

Kelima, Prinsip Kebijakan Kebenaran dan Kejujuran yaitu Perhiasan emas memproduksi sendiri dan membeli dari pihak lain(kulakan), dalam hal ini H.Abdul Mukhid melakukan kebijakan dengan menentukan harga sesuai harga umum yang ada dipasar tersebut dengan mengambil keuntungan tidak terlalu banyak (keserakahan) agar bisa bersaing dengan sehat antar toko perhiasan emas lainnya yang ada di pasar tersebut. Kejujuran dan kebenaran yang diterapkan yaitu pada pembeli dimana apabila ada pembeli yang mau beli ditokonya biasanya dikasih tahu apabila emas harganya naik atau turunnya, serta menjelaskan apabila adanya kurangnya berat perhiasan Ketika penjualan kembali perhiasan (tidak sesuai dengan surat waktu membeli) karena adanya penyusutan waktu pemakaian

Keenam, Toleransi dan Keramahan yaitu Perhiasan emas memproduksi sendiri dan membeli dari pihak lain(kulakan), dalam hal ini H.Abdul Mukhid ramah terhadap pembelinya dan apabila barang yang diinginkan pembeli tidak ada atau habis, pembeli akan diarahkan ke toko lainnya yang biasanya ada, dan juga pembeli ditawarkan bahwa toko itu juga menerima pemesanan.

Ketujuh, Prinsip Keterbukaan dan Kebebasan. Perhiasan emas memproduksi sendiri dan membeli dari pihak lain(kulakan), dalam hal ini H.Abdul Mukhid yaitu menerima pendapat atau masukan oleh pengrajannya waktu membuat perhiasan emas dan juga oleh sales (loper) waktu membeli perhiasan emas (kulakan)

Pembahasan

Prinsip Etika Bisnis Islam Praktik Mark Up Pricing atas Penetapan Harga Jual dan Beli Emas. Praktik Mark Up Pricing atas Penetapan Harga Jual dan Beli Perhiasan Emas di Toko “H. Abdul Mukhid” Blimbing Paciran Lamongan yaitu dimana Toko Emas H. Abdul Mukhid adalah milik dari Bapak H. Abdul Mukhid menjual berbagai bentuk perhiasan emas yang memiliki variasi harga. Harga perhiasan emas yang dijual ditoko Emas H. Abdul Mukhid ini berubah-ubah sesuai naik turunnya harga emas, dengan variasi produk emas yang dijual adalah:

Tabel 1
Produk Perhiasan Emas Toko H.Abdul Mukhid

Jenis Perhiasan Emas	Kadar	Harga Jual
Gelang	30%	Rp. 300.000/gram
	37,5% (pabrik)	Rp. 365.000/gram
	42% (pabrik)	Rp. 405.000/gram
Cincin	30%	Rp. 300.000/gram
	37,5% (pabrik)	Rp. 365.000/gram
	42% (pabrik)	Rp. 405.000/gram
Anting	70%	Rp. 650.000/gram
	30%	Rp. 300.000/gram
	37,5% (pabrik)	Rp. 365.000/gram
Liontin	42% (pabrik)	Rp. 405.000/gram
	30%	Rp. 300.000/gram
	37,5% (pabrik)	Rp. 365.000/gram
Kalung	42% (pabrik) 70%	Rp. 405.000/gram
	91,6% (malaysia)	Rp. 650.000/gram
		Rp. 850.000/gram
	30%	Rp. 300.000/gram
	37,5% (pabrik)	Rp. 365.000/gram
Gelang Kaki	42% (pabrik) 70%	Rp. 405.000/gram
	91,6% (malaysia)	Rp. 650.000/gram
		Rp. 850.000/gram
Gelang Kaki	30%	Rp. 300.000/gram
	37,5% (pabrik)	Rp. 365.000/gram
	42% (pabrik)	Rp. 405.000/gram

Sumber : Data diolah 2023

Dari produk perhiasan emas yang dijualbelikan di Toko H. Abdul Mukhid yang seringkali dibeli masyarakat adalah perhiasan gelang, cincin, kalung dan liontin, sedangkan yang sering dijual kembali tidak menentu. Ramainya penjualan perhiasan

emas ini pada musim panen petani dan musim hasil laut, karena rata-rata pekerjaan masyarakat daerah blimbing sekitar nelayan dan petani.

Dari hasil penjualan perhiasan emas H. Abdul Mukhid menerima keuntungan rata-rata Rp15.000-Rp20.000 per gram. Apabila jual kembali perhiasan emas ditoko H. Abdul Mukhid dikenakan potongan Rp30.000 pergramnya dan penyusutan berat perhiasannya. Apabila menjual kembali dalam keadaan rusak akan dikenakan potongan 2x lipat sampai 3x lipat tergantung kerusakannya parah atau tidaknya.

Pemilik toko ini atau H. Abdul Mukhid ini memiliki hubungan baik dalam bisnis perhiasan emas dengan looper, penjual emas murni di desa Sendangduwur, toko perhiasan emas milik cina di Tuban orang-orang ini selalu update harga emas setiap harinya. Jadi H. Abdul Mukhid ini mengetahui harga naik turunnya harga emas lewat kabar orang-orang itu.

Harga pada jual beli perhiasan emas di pasar Blimbing ini tidak bisa lebih murah ataupun lebih mahal toko-toko perhiasan emas yang ada dipasar itu, karena ada harga umum dipasar itu sendiri, harga umum itu aturan pasar dan disetujui oleh semua toko perhiasan emas yang ada di pasar tersebut sehingga bisa bersaing dengan sehat.

Keuntungan pada bisnis jual beli perhiasan emas ini tidak semata-mata jual langsung dapat keuntungan, karena di dalam bisnis ini ada penjualan kembali dan itu harus diterima oleh pihak toko karena itu salah satu bentuk tanggung jawab dari toko tersebut, kecuali perhiasan itu tidak ada suratnya toko tidak berani menerimanya dengan alasan karena khawatir barang itu barang kasus seperti barang curian, karena sering terjadi kasus seperti itu dan toko emas menjadi sasaran sebagai penadah, menerima penjualan tanpa surat apabila yang menjual itu orang yang langganan ditoko itu, orang terpercaya atau kenal betul sama yang jual.

Perhiasan emas ditoko H. Abdul Mukhid ini ada yang membuat sendiri melalui pengrajin emas dan juga ada yang beli (kulakan) dari pabrik melalui sales, ataupun pengrajin yang berjualan keliling (loper). Loper yang biasa menjadi mitra H. Mukhid adalah Bapak Khoirul, Mas Kharis Ilman, dan Bapak Murib. Adapun untuk sales biasanya adalah pabrik dari Surabaya dan Gresik.¹⁰²

Keuntungan dan risiko, keuntungan lebih banyak dan risiko lebih sedikit membuat sendiri melalui pengrajin, karena kalau membuat sendiri 2x jual sudah dapat untung dan kalau rusak belum sampai rugi. Sedangkan kalau beli (kulakan) keuntungannya lebih sedikit dan risikonya lebih besar, karena 3x jual baru dapat untung sedangkan apabila rusak belum sampai jual 3x masih rugi.

Toko Perhiasan Emas yang dimiliki oleh H. Abdul Mukhid dalam menentukan harga jual adalah beraneka ragam. Hal ini tergantung dari banyaknya bahan dan biaya lain dalam penentuan harga jual. Adapun beberapa komponen penting yang dipergunakan Toko Emas H. Abdul Mukhid adalah pertama, bahan pokok emas, kedua adalah ongkos pengrajin, ketiga adalah ongkos cuci, dan keempat adalah keuntungan.¹⁰⁴ Adapun penentuan harga jual yang ada di Toko Emas H. Abdul Mukhid ini terbagi menjadi 2 (dua) ketentuan yaitu:

1. Penetapan harga perhiasan membuat sendiri

Dalam penetapan perhiasan yang diproduksi menggunakan perhitungan dengan komponen dari total biaya produksi (bahan pokok emas ,ongkos pengrajin, ongkos cuci) + keuntungan Rp20.000. Contohnya: menentukan liontin kadar 30% pergramnya yaitu total biaya produksi(emas kadar 30% harga Rp270.000/gram + ongkos pembuatan Rp10.000/gram = Rp280.000) + Mark Up (keuntungan) Rp20.000 = Rp300.000 pergramnya.

Apabila ada kenaikan atau penurunan harga emas tinggal mengganti harga emas sesuai kadarnya itu + ongkos pembuatan Rp10.000 + keuntungan Rp20.000. Adapun Perhitungan Mark Up Pricing untuk menentukan harga jual beli dari perhiasan emas dengan ketentuan membuat sendiri yang ada di Toko Emas H. Abdul Mukhid Blimbing Paciran Lamongan dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 2
Perhitungan Mark Up Pricing Penentuan Harga Jual Perhiasan Emas Toko H. Abdul Mukhid dengan Memproduksi Sendiri

Jenis Perhiasan Emas	Kadar	Harga Jual	Bahan Emas	Ongkos pembuatan & Cuci	Keuntungan	Mark Up (%)
Gelang	30%	Rp. 300.000/gr	Rp.270.000/gr	Rp.10.000/gr	Rp. 20.000	7,15%
Cincin	30%	Rp. 300.000/gr	Rp.270.000/gr	Rp.10.000/gr	Rp. 20.000	7,15%
	70%	Rp. 650.000/gr	Rp.620.000/gr	Rp.10.000/gr	Rp. 20.000	3,18%
Kalung	30%	Rp. 300.000/gr	Rp.270.000/gr	Rp.10.000/gr	Rp. 20.000	7,15%
	70%	Rp. 650.000/gr	Rp.620.000/gr	Rp.10.000/gr	Rp. 20.000	3,18%
Gel.Kaki	30%	Rp. 300.000/gr	Rp.270.000/gr	Rp.10.000/gr	Rp. 20.000	7,15%
Anting	30%	Rp. 300.000/gr	Rp.270.000/gr	Rp.10.000/gr	Rp. 20.000	7,15%
Liontin	30%	Rp. 300.000/gr	Rp.270.000/gr	Rp.10.000/gr	Rp. 20.000	7,15%
	70%	Rp. 650.000/gr	Rp.620.000/gr	Rp.10.000/gr	Rp. 20.000	3,18%

Sumber : Data diolah 2023

Dari Tabel diatas dapat diketahui bahwa Toko Emas H. Abdul Mukhid dalam menentukan Mark Up Pricing dari berbagai jenis perhiasan emas yang dijual di tokonya dengan ketentuan memproduksi sendiri baik perhiasan emas yang berupa gelang tangan maupun kaki, anting, cincin, kalung dan liontin memiliki nilai Mark Up Pricing sebesar Rp20.000.

2. Penetapan harga perhiasan beli (kulakan)

Penentuan harga beli perhiasan dengan ketentuan produk beli dari pihak lain baru di jual sendiri adalah dengan ketentuan sebagai berikut: harga beli + Mark Up (keuntungan). Contohnya : harga beli gelang kadar 30% adalah Rp285.000/gram + Mark Up (keuntungan) Rp15.000/gram = Rp300.000/gram. Waktu beli keuntungan dari penjualnya sebesar Rp15.000 sedangkan harga emasnya kadar 30% Rp270.000, apabila ada kenaikan harga emas atau penurunan tinggal merubah harga emas sesuai kadarnya + Rp15.000 keuntungan penjualnya atau dianggap seperti ongkos pada pembuatan + keuntungan yang diambil Rp15.000.

Dari penetapan harga diatas keuntungan membuat sendiri dengan beli (kulakan) keuntungannya lebih banyak membuat sendiri, keuntungan disini tidak bisa mengambil banyak karena mengikuti harga umum (pasaran) di pasar itu

sendiri, sedangkan harga umum perhiasan waktu itu dengan kadar 30% yaitu Rp300.000.

Kata Mas Alfin lebih mudahnya lagi apabila merubah harga, waktu emas naik atau turunnya tinggal harga emas hari itu sesuai kadarnya + Rp30.000. Yaitu Rp10.000 dibuat ongkos pembuatan(barang membuat sendiri) atau 15.000 keuntungan penjual(barang beli), dan yang Rp15.000-Rp20.000 itu keuntungan yang kita dapat.

Dalam penentuan harga jual perhiasan emas ditentukan oleh beberapa komponen, yakni kadar, berat, dan ongkos pembuatan. Adapun Perhitungan Mark Up Pricing untuk menentukan harga jual beli dari perhiasan emas dengan ketentuan pembelian dari pihak lain (kulakan) yang ada di Toko Emas H. Abdul Mukhid Blimbing Paciran Lamongan dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 3
Perhitungan Mark Up Pricing Penentuan Harga Jual Perhiasan Emas Toko H. Abdul Mukhid dengan Kulak'an

Jenis Perhiasan Emas	Kadar	Harga Jual	Harga Beli	Keuntungan	Mark Up (%)
Gelang	30%	Rp.300.000/gr	Rp.285.000/gr	Rp.15.000	5,27%
	37,5%	Rp.365.000/gr	Rp.350.000/gr	Rp.15.000	4,29%
	42%	Rp.405.000/gr	Rp.390.000/gr	Rp.15.000	3,71%
Cincin	30%	Rp.300.000/gr	Rp.285.000/gr	Rp.15.000	5,27%
	37,5%	Rp.365.000/gr	Rp.350.000/gr	Rp.15.000	4,29%
	42%	Rp.405.000/gr	Rp.390.000/gr	Rp.15.000	3,71%
	70%	Rp.650.000/gr	Rp.635.000/gr	Rp.15.000	2,36%
Kalung	30%	Rp.300.000/gr	Rp.285.000/gr	Rp.15.000	5,27%
	37,5%	Rp.365.000/gr	Rp.350.000/gr	Rp.15.000	4,29%
	42%	Rp.405.000/gr	Rp.390.000/gr	Rp.15.000	3,71%
	70%	Rp.650.000/gr	Rp.635.000/gr	Rp.15.000	2,36%
	91,6%	Rp.850.000/gr	Rp.830.000/gr	Rp.20.000	2,41%
Gelang Kaki	30%	Rp.300.000/gr	Rp.285.000/gr	Rp.15.000	5,27%
	37,5%	Rp.365.000/gr	Rp.350.000/gr	Rp.15.000	4,29%
	42%	Rp.405.000/gr	Rp.390.000/gr	Rp.15.000	3,71%
Anting	37,5%	Rp.365.000/gr	Rp.350.000/gr	Rp.15.000	5,27%
	42%	Rp.405.000/gr	Rp.390.000/gr	Rp.15.000	4,29%
Liontin	30%	Rp.300.000/gr	Rp.285.000/gr	Rp.15.000	5,27%
	37,5%	Rp.365.000/gr	Rp.350.000/gr	Rp.15.000	4,29%
	42%	Rp.405.000/gr	Rp.390.000/gr	Rp.15.000	3,71%
	70%	Rp.650.000/gr	Rp.635.000/gr	Rp.15.000	2,36%
	91,6%	Rp.850.000/gr	Rp.830.000/gr	Rp.20.000	2,41%

Sumber : Data diolah 2023

Secara terperinci prinsip etika Bisnis Islam atas Praktik Mark Up Pricing Toko Emas di Toko Emas H.Abdul Mukhid adalah sebagai berikut:

1. Kesatuan.

Nilai dasar etika bisnis Islam yang ada di Toko Emas H. Abdul Mukhid dalam penentuan harga dengan memproduksi sendiri dapat dilihat dari jiwa keesaan (tauhid) yang dimiliki oleh pemilik dalam memproduksi perhiasan emas dengan

menjaga amanah dan tanggungjawab dalam menjalankan pekerjaan yang diniatkan sebagai ibadah dan rezeqi yang didapatkan merupakan sebuah pemberian Allah SWT, dan yang terpenting adalah Bapak H. Mukhid melakukan usaha ini dengan cara yang halal dan thoyib.

2. Keseimbangan.

Prinsip Keseimbangan atau Keadilan yang dilakukan Toko Emas H. Abdul Mukhid adalah memberikan implikasi bahwa bekerja tidak hanya perihal mendapatkan keuntungan saja tetapi juga harus memperhatikan bahan yang akan digunakan serta melakukan penilaian atas layak atau tidaknya dalam pemberian upah agar tidak melakukan kedlोलiman kepada sesama muslim.

3. Kehendak Bebas.

Prinsip Kehendak bebas dalam penentuan harga dengan memproduksi sendiri di Toko Emas H. Abdul Mukhid ini bisa dilihat dari kebebasan dalam memberikan pelatihan kepada karyawan untuk praktek membuat perhiasan sendiri, bebas dalam menggunakan bahan pokok yang dirasa memiliki kualitas bagus dengan harga terjangkau serta bebas mendapatkan tambahan modal dalam proses pelaksanaan bisnis dagang perhiasan emas baik dari modal sendiri atau pinjam dari pihak lain yang terpenting tetap bertanggungjawab atas keputusan tersebut. Selain itu, dalam penetapan harga perhiasan yang beli pada sales atau pabrik, Toko Emas H. Abdul Mukhid dalam kebebasan memilih membeli barang dari sales siapapun namun tetap memperhatikan kualitas yang baik dan harganya terjangkau.

4. Prinsip Pertanggungjawaban.

Prinsip pertanggung jawaban di Toko Emas H. Abdul Mukhid adalah pada barang dagangannya (perhiasan emas), dimana toko ini bertanggung jawab dalam hal menerima jual kembali perhiasan emas yang dulunya beli toko Perhiasan Emas H. Abdul Mukhid. Barang yang dia jual, harus menerima penjualan kembali dari orang yang pernah beli, tetapi dengan syarat terdapat surat perhiasan emas.

5. Prinsip Kebijakan, Kejujuran dan Kebenaran.

Prinsip kebijakan dan kebenaran dalam hal penetapan harga pada Toko Emas H. Abdul Mukhid adalah menggunakan harga umum yang ada di pasar sehingga harganya tidak terlalu murah dan tidak terlalu mahal dalam menetapkan harga agar bisa bersaing secara sehat (wajar), dan tidak mengambil keuntungan terlalu banyak (keserakahan). Prinsip kejujuran dalam hal ini yaitu dalam perubahan harga ketika naik atau turunya harga emas dan timbangan. Jadi ketika ada pembeli yang datang menanyakan harga perhiasan emas H. Abdul Mukhid memberitahu apabila harganya naik atau turun. Kejujuran pada pembeli dalam hal timbangan, apabila ada penyusutan pada timbangan dia menjelaskannya bahwasanya perhiasan yang dipakai pasti lama-kelamaan akan ada penyusutan, dan juga melihatkan hasil timbangan.

6. Prinsip Toleransi dan Keramahan.

Prinsip toleransi dan keramahan di Toko Emas H. Abdul Mukhid adalah toleransi terhadap toko lain, contohnya dengan mengarahkan pembeli ke toko lain apabila barang yang diinginkan pembeli stoknya tidak ada (habis), dan keramahan terhadap pembelinya, karena H. Mukhid ini terkenal humoris.

7. Prinsip Keterbukaan dan Kebebasan

Prinsip keterbukaan dan kebebasan di Toko Emas H. Abdul Mukhid adalah menerima pendapat atau masukan dari pengrajin emas waktu pembuat perhiasan emas dan menerima masukan dari looper waktu membeli(kulakan) perhiasan emas

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah :(1) Penetapan harga toko perhiasan emas H. Mukhid ini menggunakan metode Mark Up pricing, dengan keuntungan Rp20.000 untuk perhiasan emas yang diproduksi sendiri, dan keuntungan Rp15.000-Rp20.000 untuk perhiasan yang dibeli (kulakan) pada sales dan looper; (2) Etika bisnis Islam dalam Mark Up Pricing untuk penetapan harga dengan menerapkan prinsip (a)Kesatuan: bekerja untuk ibadah serta dilakukan dengan cara halal; (b)Keseimbangan: menjaga kepercayaan pelanggan dengan menyediakan produk emas murni dengan kualitas terbaik; (c)Kehendak bebas: Bebas menentukan bahan pokok terbaik dan menyediakan pesanan dengan tepat waktu; (d)Tanggung jawab, kebajiiikan: menerima penjualan kembali dengan syarat tidak berasal dari emas hasil pencurian, (e)Kebenaran, dan kejujuran: jujur dalam pengambilan keuntungan standar dan tidak tinggi baik produksi sendiri atau dari pihak lain, (f)Toleransi dan keramahan: Pembeli akan diberikan rekomendasi bilamana pihak toko tidak memiliki produk yang dicari, dan (g)Keterbukaan dan kebebasan: Menerima kritik dan saran dari pembeli demi meningkatkan kualitas dan pelayanan. Implikasi dalam penelitian ini adalah adanya konsep serta perhitungan pasti akan penentuan harga perhiasan emas dengan metode berbasis biaya dengan model Mark Up Pricing yang bisa dijadikan acuan bagi para pedagang perhiasan emas yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2022). BUKU METODE PENELITIAN KUALITATIF. Makasar: Syakir Media Pers.
- Adipramita, V., & Cempena, I. B. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO PERHIASAN EMAS LANCAR JAYA SEKARAN LAMONGAN. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 80–90.
- Aprianto, I., Andriyansyah, M., Qodri, M., & Hariyanto, M. (2020). ETIKA & KONSEP MANAJEMEN BISNIS ISLAM. Deepublish.
- Assyakurrohim, D., Ikham, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). METODE STUDI KASUS DALAM PENELITIAN KUALITATIF. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9.
- Fauzia, I. Y. (2018). ETIKA BISNIS DALAM ISLAM. Prenada Media.
- Ghafur, A. (2018). ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1).
- Hasibuan, S. W., Masrifah, A. R., Latifah, E., Djahri, M. B. M., Dewindaru, D., Shalihah, B. M., Taufik, M., Triyawan, A., Indirayuti, T. Y., & Mubarrok, U. S. (2021). METODE PENELITIAN EKONOMI ISLAM. Media Sains Indonesia
- Jannah, M. (2020). PENENTUAN HARGA JUAL BELI KAKAO DI DESA MEKAR JAYA KECAMATAN BANDAR SRIBAWONO KABUPATEN LAMPUNG TIMUR PERSPEKTIF KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH (KHES). Lampung: IAIN Metro.

- Kom, A. E. T. S. (2021). *ETIKA BISNIS ISLAM*. Deepublish.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Latifah, E. (2021). *PENGUATAN PEREKONOMIAN DENGAN PENDEKATAN EKONOMI ISLAM BERBASIS GO-PESANTREPRENEUR DI ERA PANDEMI COVID-19*.
- Latifah, E., Sy, S., & Ak, M. (2020). *PENGANTAR BISNIS ISLAM*. Penerbit CV. SARNU UNTUNG.
- Lengkong, S. C., Sabijono, H., & Tirayoh, V. Z. (2021). *ANALISIS PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN BIAYA PROYEK PADA PT. MARGA DWITAGUNA*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1069–1076.
- Musleh, M. (2019). *ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING DALAM MENINGKATKAN LABA YANG DIHASILKAN PEDAGANG ASONGAN DI TAMAN SANGKAREANG KOTA MATARAM*. UIN Mataram.
- Pratiwi, K. C. A., & Nashirudin, M. (2021). *JUAL BELI MATA UANG KUNO DALAM FIKIH MUAMALAH*. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(1), 1–25.
- Prihatminingtyas, B. (2019). *ETIKA BISNIS SUATU PENDEKATAN DAN APLIKASINYA TERHADAP STAKEHOLDERS*. Malang: IRDH.
- Rahamdani, H. (2022). *SISTEM INFORMASI PENJUALAN DAN PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN METODE MARK UP PADA RUMAH MAKAN NABAWI SAMPIT*. *EJECTS: Journal Computer, Technology, and Informations System*, 2(1), 1–7.
- RAHAYU, S. P. (2019). *TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PRAKTIK MARK UP DALAM PENETAPAN HARGA KOMODITAS KERAJINAN PERAK (STUDI KASUS DI KOTAGEDE YOGYAKARTA)*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Rahman, T. (2021). *BUKU AJAR FIQIH MUAMALAH KONTEMPORER (Vol. 1)*. Academia Publication.
- Salim, J. (2011). *JANGAN INVESTASI DINAR SEBELUM BACA BUKU INI!* Visimedia.
- Slamet, A. (2002). *PENGARUH PERKIRAAN BIAYA PRODUKSI DAN LABA YANG DIINGINKAN TERHADAP HARGA JUAL PADA INDUSTRI KECIL GENTENG PRES*. *Dinamika*, 11(2).
- Sudarsono, H. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Pustaka Abadi.
- Suhendi, H. (2010). *FIQIH MUAMALAH*, Ed. 1, Cet 5. Jakarta: Rajawali Pers.