

**ETIKA BISNIS DALAM PENETAPAN HARGA JUAL BAHAN BAKAR
MINYAK PADA PERTAMINI DIGITAL DI DESA KALUKUBULA
KECAMATAN SIGI BIROMARU KABUPATEN SIGI**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Datokarama Palu*

Oleh :

SYAHRUTHIFAL
NIM : 18.3.12.0080


**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Etika Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital Di Desa Kalukubula Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi**” benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan atau plagiat, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 13 Desember 2022 M
19 Jumadil Awal 1444H

Penulis



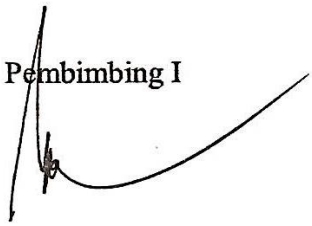
Syahruthifal
18.3.12.0080

PERSETUJUAN PEMBIMBING

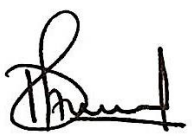
Skripsi yang berjudul “**Etika Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital Di Desa Kalukubula**” oleh mahasiswa atas nama **Syahruthifal : 18.3.12.0080**, mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah dan dapat diajukan untuk diseminarkan.

Palu, 20 Desember 2022 M
1444 H

Pembimbing I


Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505199903 1 002

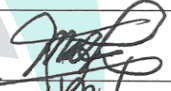



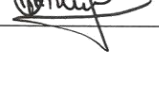
Pembimbing II


Dede Arseyani Pratama syar'i, S.Si., M.Si.
NIP. 199012162019042014

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara Syahruthifal NIM. 18.3.12.0080 dengan judul “**Etika Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital Di Desa Kalukubula Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi**” Yang telah diujikan di hadapan dewan penguji UIN Datokarama Palu pada tanggal 09 Februari 2023 M. Yang bertepatan dengan tanggal 18 Rajab 1444 H. Dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda tangan
Ketua	Dr. Malkan, M.Ag	
Munaqisy I	Dr. Ermawati, S.Ag. M.Ag	
Munaqisy II	Rahmawati A Rifai, M.M	
Pembimbing I	Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I	
Pembimbing II	Dede Arseyani Pratamasyari, S.Si., M.Si.	

Mengetahui :

Ketua Jurusan



Nursyamsu, S.H.I, M.S.I
NIP. 19860507 201503 1 002

Dekan Fakultas



Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I.
NIP. 19650505 199903 1 002

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. Karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah, skripsi ini dapat diselesaikan sesuai target waktu yang telah direncanakan. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw, beserta segenap keluarga dan sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya.

Penulis menyadari tidak mungkin terwujud tanpa dorongan, bantuan, dukungan, dari berbagai pihak. Penulis berkeyakinan “bahwa tidak ada yang dapat menolong tanpa izin dan kehendak Allah Swt”, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini guna untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu.

Melalui kesempatan ini pula penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi khususnya kepada :

1. Patutnya penulis mengucapkan rasa terima kasih yang ikhlas secara khusus dan penuh hormat kepada kedua orang tua saya yaitu Ayah Almarhum Mohammad Nawir, S.Pd.I dan Ibu Zuaeria, S.Pd yang tersayang, begitu banyak pengorbanan, mendoakan, memberikan motivasi, semangat dan mendidik penulis dari jenjang pendidikan dasar sampai perguruan tinggi. Serta, kakak saya yaitu Fathurahman, S.Kom yang senantiasa selalu memberikan semangat kepada penulis.

2. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi., M.Pd. selaku Rektor UIN Datokarama Palu, beserta segenap unsur pimpinan, yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis dalam segala hal.
3. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan., M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Ermawati., S.Ag, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam (UIN) Datokarama Palu, Bapak Drs. Sapruddin, M.H.I., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi, Perencanaan, dan Keuangan, Bapak Dr. Malkan, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama dan Ibu Raodhah, S.Ag., M.Pd.I selaku Kabag Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Nursyamsu, S.H.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Noval, M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. H. Sofyan Bachmid, S.Pd, M.M selaku Dosen Penasehat Akademik, yang selalu ikhlas meluangkan waktunya untuk membantu dan mengarahkan dalam penulisan skripsi.
6. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan., M.H.I. selaku Pembimbing I dan Ibu Dede Arseyani Pratamasyari, S.Si, M.Si selaku Pembimbing II yang dengan ikhlas telah membimbing penulis dalam menulis skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu, yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah.

8. Seluruh Staf Akademik dan Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
9. Bapak Rifai, S.E., M.M. selaku kepala perpustakaan dan seluruh staff perpustakaan yang telah memberikan pelayanan yang baik selama diperpusatakaan.
10. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan motivasi serta bantuan saat penulis dalam menjalani perkuliahan di Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu.
11. Seluruh informan yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam proses penelitian dan memberikan kemudahan kepada penulis dalam memperoleh berbagai data yang penulis butuhkan guna penyusunan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah 2018 yang selalu memeberikan semangat kepada penulis hingga selesainya penelitian ini dan sama-sama menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi.
13. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah 3 yang selalu memberikan semangat kepada penulis hingga selesainya penelitian.
14. Seluruh teman-teman saya Faiz Syaifullah, S.E, Moh Afan, S.E, Fazrin Azwar, S.E, Fitriyani Dwi Wahyunengsih, S.E, Iga Anggreani, S.E, Hana Hasanah, S.E, Besse Nana Nur Alita, S.E, Satriawan Handanil, Abd Rahman Hasan, Dilta Erianti, Syafira, Faris B. Latama, S.E, Srifani, S.E, Nuracantika, S.E, Maria Ulfa Liawati, S.E, Nevi Yanti, S.E, Sujarno, S.E, Musfadli, S.E, Bahtiar, Saipur Rahman, Ronawati, Ade Trisna.

15. Kakak-kakak senior dan teman-teman Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam yang telah banyak memberikan pengalaman serta membesarkan nama penulis dalam masa perkuliahan
16. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan, namun sama sekali tidak mengurangi rasa hormat dan terima kasih, atas kebaikan dan keikhlasan kalian.
17. Saya ingin berterima kasih kepada diri saya, untuk saya yang sudah menjadi diri sendiri walau banyaknya kekurangan saya yang sudah berjuang menempuh pendidikan sampai kejenjang Sarjana (S1).

Semoga seluruh dukungan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal Shaleh, mendapatkan balasan kebaikan dan pahala dari Allah Swt. Penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada, dan apabila terdapat kesalahan dalam penulisan ini, untuk itu penulis mengharapkan koreksi, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi kita dan dapat berguna bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan, khususnya dibidang Ekonomi Syariah Syariah.

Palu, 13 Desember 2022 M
19 Jumadil Awal 1444 H

Penyusun



Syahruthifal
18.3.12.0080

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1. Tujuan	8
2. Kegunaan	8
D. Penegasan Istilah.....	9
E. Garis-Garis Besar Isi	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Kajian Teori	14
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	14
2. Pentingnya Etika Bisnis Islam	19
3. Penetapan Harga	20
4. Jual Beli.....	28
5. Undang-Undang Kegiatan Usaha Jual Beli BBM Eceran.....	32
C. Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Desain Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Kehadiran Peneliti.....	39
D. Data dan Sumber Data	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Analisis Data	42
G. Pengecekan Keabsahan Data	43

BAB IV	HASIL PENELITIAN	
	A. Pertamina Digital	44
	B. Mekanisme Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital	45
	C. Penerapan Etika Bisnis dalam Jual Beli Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital di Desa Kalukubula	53
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	59
	B. Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4.1 Harga BBM Sebelum Dan Sesudah Naik	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Meneliti
2. Pedoman Wawancara
3. Dokumentasi Penelitian
4. Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama : Syahrutifal
Nim : 18.3.12.0080
Judul Skripsi : **Etika Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital di Desa Kalukubula Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi**

Bisnis adalah suatu kegiatan yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Perkembangan yang semakin pesat sekarang ini menurut semua lapisan masyarakat baik dari kalangan bawah sampai kalangan atas untuk melakukan kegiatan yang menyangkut dengan hal-hal yang mengarah ke dalam bisnis. Dalam berbisnis seorang wirausahanya dituntut telaten dan cekatan dalam menjalankan bisnisnya. Di era sekarang banyak wirausahawan yang mulai bermunculan untuk melakukan kegiatan bisnis, salah satu fenomena yang berkembang saat ini adalah munculnya inovasi baru penjualan bahan bakar minyak yang mulai menggeser eksistensi kios BBM biasa, kios tersebut bernama pertamini (Pertamina Mini). Pertamina adalah salah satu jenis bisnis yang di jalankan dengan sistem *franchise*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mekanisme penetapan harga jual bahan bakar minyak pada pertamini digital dan untuk mengetahui penerapan etika bisnis dalam jual beli bahan bakar minyak pada pertamini digital di desa Kalukubula.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan pengecekan keabsahan data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme penetapan harga jual bahan bakar minyak pada pertamini digital tidak hanya ditentukan oleh dua pihak antara penjual dan pembeli, namun juga harus melihat stabilisasi harga pasar yang ditetapkan oleh pemerintah. Tetapi ada juga penetapan harga yang hanya ditetapkan oleh beberapa pihak yang berlaku sebagai penjual dan pembeli tanpa mengikuti harga yang diberlakukan oleh pemerintah atau harga yang sedang beredar di pasaran, agar memperoleh keuntungan yang lebih bagi salah satu pihak. Penerapan etika bisnis dalam jual beli bahan bakar minyak pada pertamini digital di desa Kalukubula ditinjau dari prinsip kejujuran, keadilan, ta'awun, tidak melipat gandakan harga dalam jual beli dan larangan *ta'dlis* (penipuan).

Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah SWT.

Dari kesimpulan yang diperoleh disarankan agar pihak pedagang memberikan informasi yang jelas kepada pedagang mengenai harga yang berlaku saat ini dan tidak mengambil untung yang besar, keuntungan harus diambil dengan cara yang dapat diterima secara umum tanpa merusak hak pembeli dan memperbaiki transaksinya dengan cara bersikap jujur dalam berdagang khususnya pada takaran Bahan Bakar Minyak yang dijual serta menjunjung sikap adil dalam berdagang.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada dasarnya etika Islam telah menjadi salah satu cabang ilmu yang berkaitan dengan filsafat, sehingga etika bermakna sebagai salah satu cabang ilmu yang kajian atau studinya menyangkut penilaian. Penilaian yang dimaksud adalah masalah baik dan buruk atau benar dan salah. Secara umum etika sering disamakan dengan moral. Padahal etika dan moral adalah dua hal yang berbeda, walaupun keduanya menyangkut baik dan buruk. Yang pasti etika adalah perilaku dalam arti yang lebih praktis atau praktiknya moral, sedangkan moral adalah sumber etika, dalam pengertian praktis maupun normatif atau apa yang seharusnya. Karena itu etika mempunyai makna yang lebih luas, jadi dapat disimpulkan etika merupakan ilmu tentang apa yang baik dan buruk dan tentang hak dan kewajiban moral, baik yang menyangkut hubungan antar manusia, hubungan manusia dengan alam, dan tentunya hubungan manusia dengan Allah SWT. Yang bertujuan untuk membedakan antara baik, buruk dalam berperilaku dan beraktivitas dengan tujuan mencapai kesejahteraan bersama.¹

Bisnis adalah suatu kegiatan yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Perkembangan yang semakin pesat sekarang ini menurut semua lapisan masyarakat baik dari kalangan bawah sampai kalangan atas untuk

¹ Afriyani Sasnita, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu", *Skripsi IAIN Palu*, 2019, 10

melakukan kegiatan yang menyangkut dengan hal-hal yang mengarah ke dalam bisnis. Dalam berbisnis seorang wirausahanya dituntut telaten dan cekatan dalam menjalankan bisnisnya. Di era sekarang banyak wirausahawan yang mulai bermunculan untuk melakukan kegiatan bisnis.

Bersamaan dengan semakin besarnya etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya karakteristik faktor-faktor etika dalam berbisnis. Sesungguhnya dalam kehidupan sehari-hari manusia telah diatur dalam pandangan ajaran Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syaria (aturan) dalam setiap kehidupannya. Islam di segala kehidupan termasuk di dalamnya aturan usaha dan bisnis yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan sejahtera.

Bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan tujuan itulah manusia berlomba-lomba untuk mengejar harta kekayaan dengan cara berbisnis. Oleh karena itu Islam kemudian mewajibkan kepada umatnya untuk senantiasa bekerja dalam memenuhi segala kebutuhan hidup mereka.²

² Hayatun Sa'idah "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Penetapan Harga Produk Pada Usaha Meubel 2 Saudara Kota Banjarmasin, *Skripsi, UIN Antasari Banjarmasin, 2020, 1-2*

Etika bisnis diperlukan sebagai penerapan khusus dari ide-ide etika umum (sosial) terhadap perilaku bisnis. Bisnis yang merupakan kegiatan manusia dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam melakukan aktivitasnya, suatu usaha harus memperhitungkan berbagai akibat yang dapat ditimbulkan oleh keputusan maupun tindakan usahanya. Menerapkan strategi yang sesuai dengan etika bisnis islam dalam mengelola usahanya maka akan timbul kepercayaan konsumen terhadap kualitas usaha tersebut. Konsumen akan merasa dilayani dan diperlakukan secara etis sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan menerapkan etika dalam menjalankan bisnis maka akan meningkatkan nilai dari bisnis itu sendiri. Tingkat persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis mengharuskan pelaku usaha untuk tetap menjaga kepuasan pelanggan.³

Kebutuhan Masyarakat akan bahan bakar minyak sudah menjadi unsur penting dalam kegiatan sehari-hari. Tidak di pungkiri peningkatan permintaan masyarakat akan bahan bakar minyak semakin meningkat. Bahan Bakar Minyak (BBM) adalah salah satu unsur vital yang diperlukan dalam pelayanan kebutuhan masyarakat umum baik di negara-negara miskin, negara-negara berkembang maupun di negara-negara yang telah berstatus negara maju sekalipun. Oleh karena itu, banyak para pelaku bisnis

³ Makmur Salim, "Strategi Pelayanan PT.Transmart Carrefour Palu Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam", *Skripsi IAIN Palu*, 2020, 9

yang mulai memanfaatkan peluang ini untuk menjual bahan bakar minyak dikios kecil yang biasanya berada di kawasan yang jauh dari SPBU.

Salah satu fenomena yang berkembang saat ini adalah munculnya inovasi baru penjualan bahan bakar minyak yang mulai menggeser eksistensi kios BBM biasa. Kios tersebut bernama pertamini (Pertamina Mini). Pertamina adalah salah satu jenis bisnis yang di jalankan dengan sistem *franchise*. Bisnis yang kini mulai banyak diberbagai wilayah Indonesia termasuk di daerah Desa Kalukubula. Pada dasarnya produk yang ditawarkan adalah sama yaitu bahan bakar minyak untuk kendaran. Namun perbedaan yang mencolok dari kedua pelaku usaha ini adalah dalam penciptaan citra merek yang berbeda. Kios yang menjajakan bahan bakar minyak dengan botol yang tidak memiliki merek khusus layaknya pertamini. Tentu hal ini menjadi kelebihan bagi pertamini dalam menarik minat beli konsumen dan merupakan salah satu kegiatan bermuamalah.⁴

Perkembangan usaha pertamini yang ada saat ini di desa kalukubula telah lebih dari 15 tempat usaha. Usaha ini cukup membantu masyarakat sekitar untuk kelangsungan pekerjaan mereka. Hal ini dikarenakan mayoritas masyarakat adalah petani dan menggunakan kendaraan roda dua setiap harinya untuk pergi bekerja. Alat pertamini yang digunakan lebih praktis dibandingkan saat menggunakan botol. Selain itu, dengan adanya

⁴ Sitti Hayani, "Eksistensi Pertamina Mini Terhadap Penjualan BBM Eceran Di Lembang KAB. Pinrang", *Skripsi*, IAIN, Pare-Pare, 2018, 1

ukuran pada tangki ukur, kepercayaan masyarakat menjadi meningkat sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan penjual.

Stasiun pengisian bahan bakar mini atau Pom mini adalah salah satu bisnis penjualan Bahan Bakar Minyak (BBM) eceran yang tidak menggunakan jeriken atau botol, melainkan menggunakan suatu alat pompa manual dengan gelas takaran atau bahkan dispenser seperti halnya SPBU. Pertamina telah ada sekitar tahun 2020 dan mulai marak sekitar 2021. Kios ini menjadi alternatif tempat pengisian BBM khususnya bagi kendaraan roda dua yang kehabisan bahan bakar sementara lokasi SPBU masih jauh. Pom mini kerap disebut oleh masyarakat sekitar dengan sebutan Pertamina, dimana istilah ini kerap menjadi label yang terpasang di sejumlah pom mini. Meski demikian, usaha ini bukan bagian dari PT. Pertamina.

Penjual bensin eceran beralih menggunakan alat Pertamina menyebutkan bahwa alat ini lebih praktis dibandingkan saat masih menggunakan botol. Selain itu, dengan adanya ukuran pada tangki ukur, kepercayaan konsumen menjadi meningkat sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan penjual.⁵

Selama ini banyak yang memahami sebuah bisnis memiliki tujuan utama yaitu untuk memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Hal ini tidak heran jika pada kenyataan banyak pelaku bisnis yang jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan etika bisnis. Ajaran

⁵ "Pertamina", *Wikipedia the Free Encyclopedia*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Pertamina> (26 Mei 2022).

Islam mengajarkan setiap individu maupun kelompok, disatu sisi diberikan kebebasan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, namun disisi lain ia terikat dengan iman dan etika sehingga ia tidak bebas mutlak dalam berbisnis atau menjalankan hartanya. Sebab itu, masyarakat Islam tidak bebas tanpa kendali dalam melakukan berbagai kegiatan ekonomi, tapi ia selalu terkait dengan norma-norma agama yang disebut dengan etika atau akhlak.⁶

Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor yang penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Selain harga, Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan produk dan jasanya, agar konsumen dapat

⁶ Muhammad Djakfar, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam (Malang: UIN Malang Press, 2007) 82

dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.⁷

Penetapan harga dalam Islam itu ada dua kategori; pertama, diperbolehkan karena dalam menentukan harga sesuai dengan biaya produksi, dimana biaya produksi tinggi maka barang boleh di jual mahal dengan menyesuaikan penetapan harga. Kedua, tidak diperbolehkan karena ingin mengambil kesempatan ketika barang itu sangat dibutuhkan oleh konsumen maka produsen atau penjual menjual barang tersebut dengan mahal.

Berdasarkan latar belakang masalah ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Etika Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital di Desa Kalukubula”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mekanisme penetapan harga jual Bahan Bakar Minyak pada Pertamina Digital ?
2. Bagaimana penerapan Etika Bisnis dalam Jual Beli Bahan Bakar Minyak pada Pertamina Digital di Desa Kalukubula ?

⁷ Lulu Farwa, *“Pengaruh Harga dan kualitas pelayanan fotocopy sinar indah bantilan palu terhadap kepuasan konsumen”*, Skripsi, IAIN, Palu, 2019, 6-7

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- a. Mekanisme penetapan harga jual Bahan Bakar Minyak pada Pertamina Digital.
- b. Penerapan Etika Bisnis dalam Jual Beli Bahan Bakar Minyak pada Pertamina Digital di Desa Kalukubula.

2. Kegunaan

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi penulis

Untuk Memenuhi tugas skripsi serta memperdalam pengetahuan tentang Etika Bisnis dalam Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak pada Pertamina Digital.

b. Bagi Praktisi

Dengan adanya penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan referensi dan evaluasi dalam Etika Bisnis dalam Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak pada Pertamina Digital.

c. Bagi pihak lain

Diharapkan hasil penelitian ini nantinya dapat berguna sebagai tambahan informasi maupun pengetahuan untuk mengembangkan dan mengkaji ilmu Ekonomi Islam.

D. Penegasan Istilah

Adapun istilah yang memerlukan penegasan berdasarkan judul penelitian “Etika Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital di Desa Kalukubula”, agar lebih mendekati makna yang terkandung dalam judul tersebut, berikut ini penulis akan memaparkan beberapa istilah yang dianggap memerlukan penegasan, yaitu sebagai berikut :

1. Etika Bisnis

Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.

2. Harga

Bagi konsumen, harga merupakan biaya atas sesuatu. Bagi penjual, harga adalah pendapatan, sumber utama dari keuntungan. Dalam pengertian yang lebih luas, harga mengalokasikan sejumlah sumber daya dalam ekonomi pasar bebas.

3. Jual Beli

Jual beli ialah sesuatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.

4. Bahan Bakar Minyak

Bahan bakar adalah suatu materi yang bisa diubah menjadi energi. BBM digunakan untuk bahan bakar seperti mobil dan motor. Jenisnya terdiri dari bensin, solar, pertalite, pertamax, dan lain sebagainya.

5. Pertamina Digital

Pertamina digital adalah salah satu bisnis penjualan bahan bakar minyak eceran. Pertamina hadir menggantikan model botol yang mengalami inovasi, karena penggunaan pertamina terbukti lebih praktis dengan daya tampung Bahan Bakar Minyak (BBM) lebih banyak.

E. Garis-Garis Besar Isi

Rangkaian penulisan penelitian ini, garis besar isinya penulis paparkan secara sistematis kedalam tiga bab secara berturut-turut sebagai berikut :

1. Bab pertama sebagai bab pendahuluan yang membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan istilah, kerangka pemikiran, dan yang terakhir adalah garis-garis besar isi proposal penelitian.
2. Bab kedua yaitu berupa kajian pustaka yang membahas mengenai penelitian terdahulu, kajian teori, dan kerangka pemikiran.
3. Bab ketiga yaitu mengenai metode penelitian yang membahas tentang pendekatan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan pengecekan keabsahan data.

4. Bab keempat yaitu hasil penelitian yang terdiri dari sejarah Desa Kalukubula, mekanisme penetapan harga jual Bahan Bakar Minyak pada Pertamina Digital, dan penerapan Etika Bisnis dalam Jual Beli Bahan Bakar Minyak pada Pertamina Digital di Desa Kalukubula.
5. Bab kelima yaitu penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan para peneliti dan telah di uji hasil sebelumnya berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut dapat dijadikan referensi sebagai perbandingan antara penelitian yang sekarang dengan sebelumnya yang berkaitan dengan judul penelitian saat ini. Berikut tiga penelitian terdahulu yang dijadikan acuan :

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Ayu Khairani Fitri Hasibuan ⁸	Etika Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital di Desa Sabungan Hulu Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan	Perbedaan penelitian Ayu Khairani Fitri Hasibuan dengan peneliti adalah lokasi penelitian dan tahun penelitian	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Khairani Fitri Hasibuan dengan peneliti adalah sama- sama membahas tentang Etika Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual

⁸ Ayu Khairani Fitri Hasibuan, “*Etika bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2018

				Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital, dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif
2.	Sitti Hayani ⁹	Eksistensi Pertamina Mini Terhadap Penjual BBM Eceran Di Lembang Kab. Pinrang	Perbedaan antara penelitian ini dengan Sitti Hayani dengan peneliti ini adalah masalah yang dibahas Sitti Hayani yaitu Eksistensi Pertamina Mini Terhadap Penjual BBM sedangkan pada penelitian ini membahas tentang Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital.	Persamaan yang dilakukan Sitti Hayani dengan peneliti ini adalah sama-sama membahas tentang Bahan Bakar Minyak.

⁹ Sitti Hayani, “Eksistensi Pertamina Mini Terhadap Penjual BBM Eceran Di Lembang Kab. Pinrang”, Skripsi, IAIN, Pare-Pare, 2018

3.	Ahmad Ludfianto ¹⁰	Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Penetapan Harga Bagi Pembeli Yang Membutuhkan Di Desa Lampeji, Kecamatan Mumbulusari	Perbedaan antara penelitian Ahmad Ludfianto dan peneliti ini adalah penelitian Ahmad Ludfianto ini yaitu Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Penetapan Harga Bagi Pembeli Yang Membutuhkan sedangkan pada penelitian penulis membahas tentang Etika Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital.	Persamaan antara penelitian yang dilakukan Ahmad Ludfianto adalah sama-sama membahas tentang Etika Bisnis Penetapan Harga, dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.
----	-------------------------------	---	---	---

B. Kajian Teori

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *Ethos* (Kata Tunggal), yang berarti adat istiadat atau kebiasaan. Sehingga dalam pengertian ini,

¹⁰ Ahmad Ludfianto, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Penetapan Harga Bagi Pembeli Yang Membutuhkan Di Desa Lampeji, Kecamatan Mumbulusari", Skripsi, IAIN, Jember, 2016

etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, pada diri seseorang maupun suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Jadi secara harfiah etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang yang lain, atau dari satu generasi ke generasi yang lain.

Dalam pengertian yang tertera di atas, etika dan moral sama-sama memiliki sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup sebagai manusia yang telah diinstruksionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku, yang terulang dalam kurun waktu lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan. Sementara dalam kamus etika adalah karakter istimewa, sentiment, tabiat moral, dan keyakinan yang membimbing seseorang kelompok ataupun institusi. Sementara makna lain etika adalah studi sistematis tentang tabiat, konsep nilai baik maupun buruk, benar ataupun salah dan lainnya sebagainya dengan prinsip-prinsip umum membenarkan.¹¹

Sementara itu, pemikiran etika bisnis Islam muncul ke permukaan, dengan landasan bahwa Islam adalah agama yang sempurna. Ia merupakan kumpulan aturan-aturan ajaran dan nilai-nilai yang dapat menghantar manusia dalam kehidupannya menuju tujuan kebahagiaan baik dunia maupun di akhirat.¹²

¹¹ Iin Novita, *“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Penjualan Roti Gumbasa Di Desa Pakuli Utara Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi”*, Skripsi, IAIN, Palu, 2019, 15.

¹² Nursyamsu, Aldi Abidin, *“Analisis Motif Driver Ojek Online Dalam Menjalani Lebih Dari Satu Ke-Mitraan Perspektif Etika Bisnis Islam Di Kota Palu”*, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam – JIEBI Vol. 3 No.2 Tahun 2021, 169.

Islam sendiri menetapkan nilai etika di tempat yang paling tinggi pada dasarnya Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia. Terminologi paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam adalah akhlak, dalam Islam Etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (Iman) etika islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika, konsep etika dalam Islam tidak *utilitarian* dan *relative* akan tetapi mutlak dan abadi.¹³

Kesimpulannya bahwa etika adalah suatu kebiasaan baik ataupun buruk pada diri sendiri ataupun orang lain, maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Yang menganut nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang diwariskan dari satu orang ke orang yang lain, atau dari satu generasi ke generasi yang lain.

b. Pengertian Bisnis

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha utama dalam menunjang perkembangan ekonomi. Kata “Bisnis” diambil dari bahasa inggris “*bussines*”. Pengertian bisnis secara umum dalam ekonomi yaitu bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara histori kata bisnis berasal dari bahasa inggris *business*, dari kata dasar yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas maupun

¹³ Ibid.,15.

masyarakat. Dalam artian sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.¹⁴

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai “*the buying and selling of goods and service*”. Bisnis berlangsung karena adanya ketergantungan antarindividu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya.¹⁵ Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (*private*) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.¹⁶ Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial.

Secara sederhana, bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih yang terorganisasi dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.¹⁷

¹⁴ Sri Mulyono, “*Etika Bisnis Islam*”, (Cet I: Lombok (Nusa Tenggara Barat): CV.Alliv Rentang Mandiri, 2021), 1.

¹⁵ Ika Yunia Fauzia, “*Etika Bisnis Dalam Islam*”, (Cet.I; Jakarta: Kencana, 2013),3

¹⁶ *Ibid.*, 4.

¹⁷ Sri Mulyono, “*Etika Bisnis Islam*”, (Cet I: Lombok (Nusa Tenggara Barat): CV.Alliv Rentang Mandiri, 2021), 3.

c. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis merupakan aturan-aturan yang berhubungan erat dengan norma dan prinsip-prinsip umum yang berlaku di dalam masyarakat yang bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pihak-pihak yang melakukan aktivitas bisnis yang di dalamnya terdapat aspek hukum, kepemilikan, pengelolaan, dan pendistribusian harta.¹⁸

Bisnis merupakan suatu kegiatan atau bentuk usaha yang dilakukan oleh makhluk ciptaan Allah SWT yang paling sempurna “manusia” untuk mencari rezeki, namun dalam penerapan bisnis islam hendaknya tidak melupakan etika pada saat menjalankan bisnis yang ditekuni. Etika dalam penerapan bisnis adalah sebuah konsep bidang ilmu yang terkadang dilupakan oleh pelaku bisnis itu sendiri. Karena etika merupakan sebuah perwujudan nilai-nilai moral yang tertanam dalam diri seseorang pada saat menjalankan bisnis.

Keberhasilan dalam menjalankan bisnis merupakan kepuasan tersendiri bagi pelaku pebisnis, karena telah mampu mengelola berbagai macam bahan agar bisa dijadikan produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat/konsumen. Karena kegiatan bisnis secara umum didefinisikan untuk mendapatkan keuntungan, maka kita perlu memperhatikan etika dalam bisnis apalagi dalam konteks bisnis islam.¹⁹

¹⁸ Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, “*Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*”,(Cet I; Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama, 2020), 4.

¹⁹ Iwan Aprianto, *et al.*, “*Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*”, (Cet I; Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama, 2020), 4-6.

Melihat dari beberapa definisi etika dan bisnis, maka yang dimaksud dengan etika bisnis islam adalah penerapan perilaku atau akhlak dalam menjalankan bisnis untuk mencari keuntungan namun tidak keluar dari perilaku, moral atau norma-norma ajaran Islam dalam menjalankan bisnis Islam.²⁰

2. Pentingnya Etika Bisnis Islam

Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Quran dan sunnah rasul. Pelaku-Pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari.

Islam memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan usaha (bisnis), namun dalam islam ada beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang muslim akan dan sedang menjalankan usaha, diantaranya :

- a. Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib.
- b. Rezeki yang dicari haruslah rezeki yang halal.
- c. Bersikap jujur dalam menjalankan usaha.

²⁰ Ibid., 7.

- d. Semua proses yang dilakukan dalam rangka mencari rezeki haruslah dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.
- e. Bisnis yang akan dan sedang dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup.
- f. Persaingan dalam bisnis dijadikan sebagai sarana untuk berprestasi secara fair dan sehat (*fastabikul al-khayrat*).
- g. Tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan.²¹

3. Penetapan Harga

a. Pengertian Harga

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, harga adalah nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang. Dalam arti lain, harga adalah jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa, pada waktu tertentu dan dipasar tertentu. Harga juga dimaksudkan adalah tinggi rendahnya nilai sesuatu barang atau jasa yang dapat diukur dengan uang.

Harga dalam ekonomi islam disebut dengan *tsaman*, yaitu kadar dari nilai tukar terhadap suatu barang dengan barang lainnya, Barang dengan jasa atau dengan sesuatu yang dijadikan sebagai alat tukar atau juga yang dimaksudkan nilai yang ditetapkan oleh pihak penjual terhadap

²¹ Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil", (19 Februari 2022), 118

barang dagangannya, berbeda pengertiannya dengan *qimah* yaitu sifat dari kepentingan pengguna terhadap sesuatu barang tertentu.²²

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat bauran pemasaran/*marketing mix*. Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.

Menurut Philip Kotler : Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan, ciri-ciri produk, saluran bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksud perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya.

Dapat dijelaskan dari pengertian diatas bahwa unsur-unsur bauran pemasaran yang dimaksud adalah harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah 4P (*Price, Product, Place, dan Promotion*). Harga bagi suatu usaha/badan usaha menghasilkan pendapatan (*income*), adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *Product* (produk),

²² Ermawati, Sulvianti Andriana, Irham Pakkawaru, “Pengaruh Nilai Tukar dan Harga Terhadap Volume Ekspor Crude Palm Oil (CPO) PT. LETAWA Tahun 2017-2019”, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam – JIEBI Vol. 3 No.2 Tahun 2021, 191.

Place (tempat), dan *Promotion* (promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha/badan usaha.²³

b. Tujuan Penetapan Harga

Dalam penetapan harga islam memberikan kebebasan pasar, dan menyerahkannya kepada hukum naluri yang kiranya dapat melaksanakan fungsinya selaras dengan penawaran dan permintaan, namun tidak boleh mealakukan *ikhtiar*, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Bila ada kenaikan harga barang diatas batas kemampuan masyarakat, maka pemerintah melakukan pengaturan dengan operasi pasar. Sedangkan, bila harga terlalu turun sehingga merugikan produsen, maka pemerintah meningkatkan pembelian atas produk tersebut dipasar.²⁴

Tujuan penetapan harga dalam perusahaan merupakan dasar atau pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran termasuk penetapan harga. Pada umumnya penjual mempunyai beberapa tujuan dalam menentukan harga produknya. Penentuan tingkat harga tersebut, biasanya dilakukan dengan mengadakan beberapa perubahan untuk menguji pasarnya, apakah menerima atau menolak, jika pasarnya menerima penawaran tersebut, berarti harga tersebut sudah sesuai. Tetapi jika mereka menolak, maka harga tersebut harus diubah secepatnya. Jadi ada

²³ Khodijah Ishak, “*Penetapan Harga Ditinjau Dalam Perspektif Islam*”, STIE Syariah Bengkalis, Riau, 36-49.

²⁴ Nur Arsyah, “*Aktualisasi Etika Bisnis Islam Dalam Penetapan Harga Jual Resti Group Cabang Kota Parepare*”, Skripsi IAIN Parepare 2021, 11.

kemungkinan keliru tentang keputusan harga yang diambil. Disini kita perlu meninjau apakah yang menjadi tujuan bagi penjual dalam menentukan harga produknya.²⁵

c. Konsep Penetapan Harga Dalam Islam

Dalam konsep Islam, yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila anatar penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pemebeli dan pembeli dalam mempertahankan barang tesebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual. Dalam Pembahasan harga serta hal-hal yang terkait mengungkapkan pendapat para

Ekonomi Muslim yaitu Abu Yusuf, Al-Ghazali, Ibnu Taimiyah beserta Ibnu Khaldun.²⁶

1. Abu Yusuf

Seperti ahli ekonomi Islam yakni Abu Yusuf ulama pertama yang menyinggung mekanisme pasar, ia meneliti peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Fenomena umum inilah yang kemudian dikritisi oleh Abu Yusuf. Pemahamannya tentang

²⁵ Nailal Hidayati, "Penentuan Harga Pedagang Kaki Lima Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Jl. Malioboro Yogyakarta)", Skripsi, IAIN, Purwokerto, 2020, 20

²⁶ Supriadi Muslimin, Zainab, Warda Jafar, "*Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam*", Al-Azhar Journal Of Islamic Economics, Vol. 2 No 1 (Januari 2020), 6. <http://www.ejournal.staialazhar.ac.id/index.php/ajie/article/view/30>, (26 Maret 2022), 22.

hubungan antara harga dan kuantitas hanya memperhatikan kurva demand. Ia Membantah fenomena tersebut karena tidak selalu terjadi bahwa bila persediaan barang sedikit harga akan mahal dan bila persediaan melimpah harga akan menjadi murah.

2. Al- Ghazali

Al-Ghazali telah menjabarkan secara rinci akan peranan aktivitas perdagangan dan timbulnya pasar yang harganya bergerak sesuai dengan kekuatan permintaan dan penawaran. Menurut Al-Ghazali pasar merupakan bagian dari “keteraturan alami” secara rinci ia juga menerangkan bagaimana evolusi terciptanya pasar.

Al-Ghazali tidak menolak kenyataan bahwa keuntunganlah yang menjadi motif perdagangan. Dan pada saat lain ia menjabarkan pentingnya peran pemerintah dalam menjamin keamanan jalur perdagangan demi kelancaran perdagangan dan pertumbuhan ekonomi. Al-Ghazali tidak menjelaskan permintaan dan penawaran dalam terminology modern, beberapa paragraf dalam tulisannya jelas menunjukkan bentuk kurva penawaran dan permintaan.

3. Ibnu Taimiyah

Masyarakat pada masa Ibnu Taimiyah beranggapan bahwa harga merupakan akibat ketidakadilan dan tindakan melanggar hukum dari pihak penjual atau mungkin sebagai akibat manipulasi pasar. Anggapan ini dibantah oleh Taimiyah dengan tegas ia meyakini bahwa harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Selanjutnya ia

menyatakan bahwa naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi.

Perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau penurunan dalam umlah barang yang ditawarkan, sedangkan permintaan sangat ditentukan oleh selera dan pendapatan. Besar kecilnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Ibnu Taimiyah menentang peraturan yang berlebihan ketika kekuatan pasar secara bebas bekerja untuk menentukan harga kompetitif.

4. Ibnu Khaldun

Dalam bukunya *Al-Muqoddimah* ia menulis satu bab berjudul “Harga-harga di kota” yang mana Ibnu Khaldun membagi jenis barang menjadi dua jenis yakni barang kebutuhan pokok dan barang pelengkap. Menurutnya bila suatu kota berkembang dan selanjutnya populasinya bertambah banyak (kota besar) maka perdagangan barang-barang kebutuhan pokok mendapatkan prioritas. Supplay bahan pokok penduduk kota besar jauh lebih besar dari pada supplay bahan pokok penduduk kota kecil. Menurut Ibnu Khaldun penduduk kota besar memiliki supplay bahan pokok yang melebihi kebutuhannya sehingga harga bahan pokok di kota besar relatif lebih murah. Sementara itu

supply bahan pokok di kota kecil relatif kecil, karena itu orang-orang khawatir kehabisan makanan, sehingga harganya relatif mahal.²⁷

d. Metode Penetapan Harga

Di dalam menetapkan harga, terdapat berbagai macam metode. Metode mana yang digunakan, tergantung kepada tujuan penetapan harga yang ingin dicapai. Penetapan harga biasanya dilakukan dengan menambah presentase di atas nilai atau besarnya biaya produksi bagi usaha manufaktur, dan di atas modal atas barang dagangan bagi usaha dagang. Sedangkan dalam usaha jasa, penetapan harga biasanya dilakukan dengan memperhitungkan biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memberikan layanan kepada pengguna jasa.²⁸

Metode penetapan harga dikelompokkan menjadi empat macam berdasarkan basisnya, yaitu berbasis permintaan, biaya, laba, dan persaingan.

a) Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Metode ini lebih menekankan factor-faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan dari factor-faktor biaya, laba, persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, diantaranya yaitu: kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli), kemauan para pelanggan untuk membeli, posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, manfaat yang diberikan produk tersebut

²⁷ Ibid., 8-9.

²⁸ Ahmad Ridwan, “Strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan D’Ratu fashion jalan cipta karya sidomulyo bar kecamatan tampan kota pekanbaru di tinjau menurut perspektif ekonomi syariah”, SKRIPSI UIN Sultan Syarif Kasim Riau 2021, 38-39.

kepada pelanggan, harga produk-produk substitusi, pasar potensial bagi produk tersebut, sifat persaingan non harga, perilaku konsumen secara umum, segmen-segmen dalam pasar.

b) Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Dalam metode ini faktor penentu harga yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead, dan laba.

c) Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk presentase terhadap penjualan atau investasi.

d) Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Selain berdasarkan kepada pertimbangan biaya, permintaan, laba, harga, juga dapat diterapkan atas dasar persaingan yaitu apa yang dilakukan pesaing. Secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

- 1) Faktor internal perusahaan yang meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya dan organisasi.

- 2) Faktor lingkungan eksternal yang meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan dan lingkungan eksternal lainnya.²⁹

4. Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Secara terminologi, terdapat beberapa definisi jual beli yang dikemukakan oleh Ulama Fiqh, sekalipun substansi dan tujuan masing-masing definisi adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak yang lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah ditetapkan syara' dan disepakati.³⁰

Jual beli dalam bahasa arab disebut dengan *al-bay'*. Artinya tukar menukar atau saling menukar. Menurut terminologi adalah “tukar menukar harta atas dasar suka sama suka “. Menurut Ibnu Qudamah yang dikutip oleh Rahmad Syaifei pengertian jual beli adalah “tukar menukar harta untuk saling dijadikan hak milik”. Dapat disimpulkan, bahwa pengertian jual beli menurut bisnis syariah adalah tukar menukar barang anatara dua orang atau lebih dengan dasar suka sama suka untuk saling memiliki. Dengan jual beli, penjual berhak memiliki uang secara sah. Pihak pembeli berhak memiliki

²⁹ Ibid, 39-40

³⁰ Ermawati, Nahdia Rahmani, Nurdin, “*Analisis Transaksi Jual Beli Account Game Online Mobile Legends Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mobile Legends Community Hero di Palu)*”, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam – JIEBI Vol. 3 No.1 Tahun 2021.

barang yang dia terima dari penjual. Kepemilikan masing-masing pihak dilindungi oleh hukum³¹.

b. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai sarana tolong-menolong antara sesama umat manusia mempunyai landasan yang kuat dalam Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah saw. Terdapat beberapa ayat Al-Quran dan sunnah Rasulullah saw. Yang berbicara tentang jual beli antara lain :

1. Q.S. Al-Baqarah Ayat (2) : 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahan :

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.³²

³¹ Siti Mujiatun, “Jual Beli Dalam Perspektif Islam: Salam Dan Istisna”, Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis, Vol.13 No 2 (September 2013), 204. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/akuntan/article/view/149/94>, (02 April 2022)

³² Kementerian Agama RI, “Al-Qur'an dan Terjemahannya” (Cet. I ;Tugu Bogor, Muhammad Shohib, 2010), 47

2. Q.S. An-Nisa' ayat (4) : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan :

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.³³

Dasar hukum jual beli berdasarkan sunnah Rasulullah, antara lain:

1. Hadis yang diriwayatkan oleh Rifa'ah ibn Rafi' :

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ
أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

“Dari Rafi'ah bin Rafi r.a (katanya); Sesungguhnya Nabi Muhammad SAW pernah ditanyai, manakah usaha yang paling baik? Beliau menjawab: ialah amal usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan semua jenis jual beli yang bersih”.³⁴

Artinya jual beli yang jujur, tanpa diiringi kecurangan-kecurangan, mendapat berkah dari Allah.³⁵

c. Rukun dan Syarat Jual Beli

a) Rukun Jual Beli

Menurut Mazhab hanafi rukun jual beli hanya Ijab dan Kabul.

Menurut ulama mazhab Hanafi yang menjadi rukun jual beli itu hanyalah

³³ Ibid., 83.

³⁴ Sayyid al-Imam Muhammad Ibn Ismail al-Kahlani Al-Sanani, *Subul Al-Salam* Juz III, (Kairo: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 1988), 4.

³⁵ Abdul Rahman Ghazaly, Ghufron Ihsan, Sapiudin Shidiq, *“Fiqh Muamalat”*, (Cet I; Jakarta: Prenamedia Group, 2010), 69.

kerelaan anatar kedua belah pihak untuk berjual beli. Ada dua indikator (*qarinah*) yang menunjukkan kerelaan dari kedua belah pihak, yaitu dalam bentuk perkataan (ijab dan qabul) dan dalam bentuk perbuatan, yaitu saling memberi (penyerahan barang dan penerimaan uang).

Jumhur ulam membagi rukun jual beli menjadi empat, yakni :

- 1) Orang yang berakad
- 2) Sighat
- 3) Ada barang yang dibeli
- 4) Ada nilai tukar pengganti barang

b) Syarat Jual Beli

Syarat yang terkait dengan ijab dan qabul, diantaranya :

- 1) Orang yang mengucapkan harus telah akil baligh dan berakal
- 2) Kabul harus sesuai ijab, sebagai contoh : “saya jual mobil ini dengan harga seratus juta rupiah”, lalu pembeli menjawab : “saya beli mobil ini dengan harga seratus juta rupiah”.
- 3) Ijab dan Kabul harus dilakukan dalam satu transaksi, dan tidak boleh terpisah. Maksudnya kedua belah pihak yang melakukan transaksi harus hadir pada waktu yang bersamaan .

Syarat barang yang diperjual belikan, diantaranya :

- 1) Barang itu ada, atau tidak ada ditempat, tetapi pihak penjual menyatakan sanggup untuk mengadakan barang tersebut
- 2) Barang tersebut dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia

- 3) Milik seseorang, maksudnya adalah barang yang belum milik seseorang tidak boleh menjadi objek jual beli, seperti menjual ikan yang masih dilaut, emas yang masih didalam tanah, karena keduanya belum menjadi milik penjual.
- 4) Dapat diserahkan pada saat akad berlangsung atau pada waktu yang telah disepakati.

Syarat nilai tukar (harga barang), diantaranya :

- 1) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya
- 2) Dapat diserahkan pada waktu transaksi
- 3) Jika jual beli itu dilakukan dengan cara barter, maka barang yang dijadikan nilai tukar, bukan barang yang diharamkan syara' seperti bai dan khamar³⁶.

5. Undang-Undang Kegiatan Usaha Jual Beli BBM Eceran

1. Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2001 tentang Migas

Berdasarkan Undang Undang tersebut dinyatakan bahwa: Izin usaha adalah izin yang diberikan kepada Badan Usaha untuk melaksanakan Pengolahan, Pengangkutan, Penyimpanan dan/atau Niaga dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba.

Selanjutnya di jelaskan kembali mengenai penjabaran badan usaha yang di maksud dalam pasal di atas di Angka 17 yakni menyatakan bahwa: Badan Usaha adalah perusahaan berbentuk badan

³⁶ Syaifullah M.S, "Etika Jual Beli dalam Islam", Hunafa:Jurnal Studia Islamika, Vol.11 No 2 (Desember 2014), 376-379. <https://jurnalhunafa.org/index.php/hunafa/article/view/361>, (03 April 2022)

hukum yang menjalankan jenis usaha bersifat tetap, terus-menerus dan didirikan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta bekerja dan berkedudukan dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Kemudian dijelaskan kembali pada Angka ke-17 poin ke 18 yang menyatakan bahwa: Bentuk Usaha Tetap adalah badan usaha yang didirikan dan berbadan hukum di luar wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang melakukan kegiatan di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dan wajib mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku di Republik Indonesia”.³⁷

Berdasarkan peraturan yang telah dijelaskan diatas bahwa kegiatan usahadengan nama pertamini yang ada diberbagai daerah di tanah air termasuk di Desa Kalukubula adalah suatu perbuatan yang dikategorikan illegal dikarenakan pertamini adalah bentuk usaha perorangan bukan berbentuk badan usaha tetap.

2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2004 Tentang Kegiatan Usaha Hilir Minyak Dan Gas Bumi

Di dalam Bab II Pasal (2) PP Nomor 36 Tahun 2004 tentang Kegiatan Usaha Hilir menyatakan bahwa:

Kegiatan Usaha Hilir dilaksanakan oleh Badan Usaha yang telah memiliki Izin Usaha yang dikeluarkan oleh Menteri dan diselenggarakan melalui mekanisme persaingan usaha yang wajar, sehat, dan transparan.³⁸

Berdasarkan peraturan pemerintah diatas jelas dikatakan bahwa yang berhak melakukan kegiatan usaha hilir dalam hal ini kegiatan

³⁷ Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 Tentang Minyak Dan Gas Bumi Pasal 1

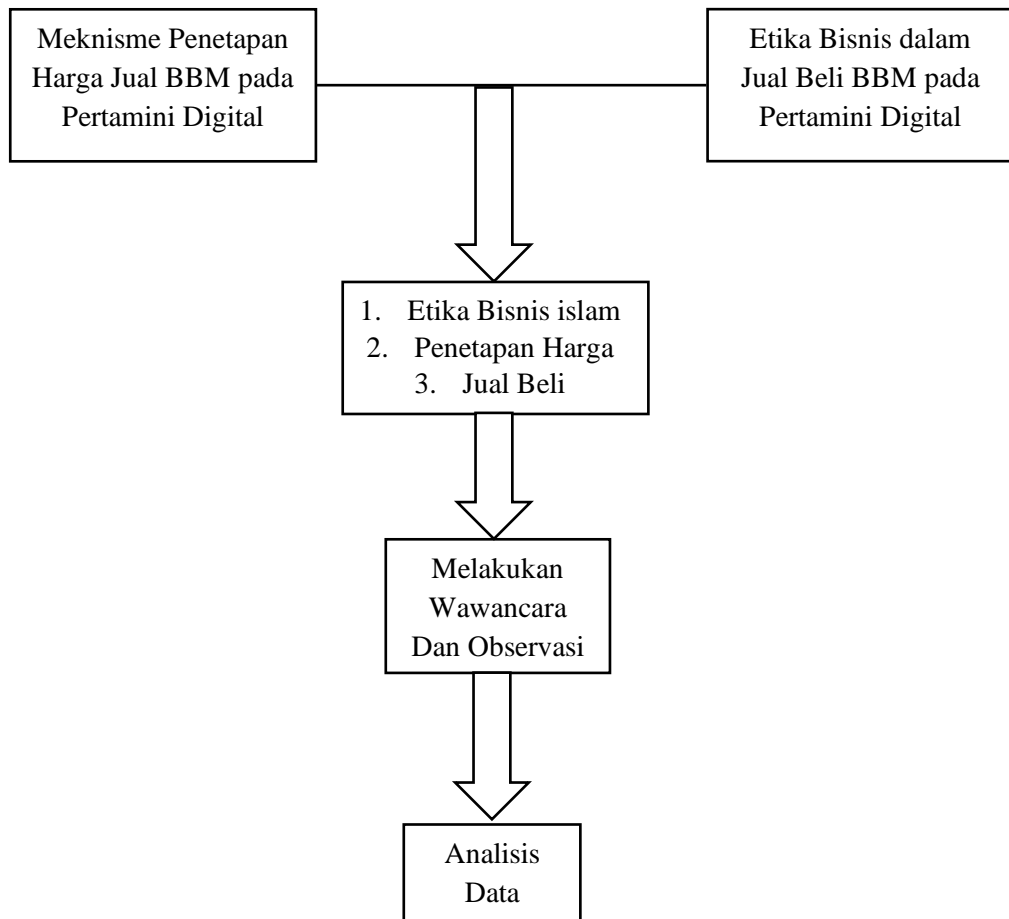
³⁸ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2004 tentang Kegiatan Usaha Hilir Minyak Dan Gas Bumi, pasal 2

niaga atau berdagang adalah badan usaha resmi yang telah mendapatkan izin oleh pemerintah terkait. Sangat jauh berbeda jika kita melihat kondisi pedagang pertamini pada masyarakat yang notabene. bukan merupakan badan usaha dan kemudian tanpa adanya izin operasional untuk melakukan kegiatan penjualan BBM yang kemudian membuat mesin yang dirakit sedemikian canggih mungkin untuk menyerupai salah satu badan usaha resmi yang terdaftar di kementerian yakni PT. Pertamina (Persero) agar dapat melakukan kegiatan usaha niaga yang mengubah hanya sedikit merek menjadi Pertamina, sehingga masyarakat merasa bahwa ini adalah bagian dari Pertamina dan memilih pertamini untuk mengisi BBM dengan kata lain Pertamina dirugikan akan hal tersebut.

C. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti pedagang di Desa Kalukubula dengan fokus objeknya adalah pedagang Bahan Bakar Minyak (BBM) yang menggunakan mesin Pertamina Digital. Penelitian ini mengacu pada pertanyaan mekanisme penetapan harga Bahan Bakar Minyak pada Pertamina Digital dan Etika Bisnis dalam jual beli Bahan Bakar Minyak pada Pertamina Digital.

Adapun bagan alur kerangka berfikir penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1**Kerangka Pemikiran**

BAB III

METODE PENELITIAN

H. Pendekatan dan Desain Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Lexy J. Moleong dalam bukunya Andi Prastowo menyatakan bahwa:

“Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian (contohnya: perilaku, persepsi motivasi, tindakan dan lain sebagainya) secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah”.³⁹

Metode kualitatif dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang sedikit pun belum diketahui. Metode ini dapat juga digunakan untuk mendapat wawasan tentang sesuatu yang belum diketahui.⁴⁰ Peneliti dalam penelitian kualitatif mencoba mengerti makna suatu kejadian atau peristiwa dengan mencoba berinteraksi dengan orang-orang dalam situasi/fenomena tersebut.⁴¹

³⁹Andi Prastowo, *“Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian”*(Cet . III; Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), 23-24.

⁴⁰Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *“Dasar-dasar Penelitian Kualitatif”*(Cet II: Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 05.

⁴¹Muri Yusuf , *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan”*, (Edisi I, Cet.IV; Jakarta: Kencana, 2017), 328.

Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada yaitu keadaan

gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan saat ini dan melihat kaitan antara variabel-variabel yang ada. Jadi penelitian kualitatif deskriptif ialah penelitian yang dilakukan dengan cara pengumpulan data berupa tulisan/lisan dengan melihat fenomena yang sedang terjadi ketika penelitian dilakukan.

Adapun alasan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif yaitu:

- a.* Karena lebih mudah dalam mengadakan penyesuaian dengan kenyataan yang ada.
- b.* Bersifat langsung antara peneliti dengan informan dan menyajikan secara langsung hakikat hubungan penelitian.
- c.* Memiliki kepekaan dan penyesuaian diri dengan pengaruh yang timbul dari pola-pola nilai yang dihadapi.

Pendekatan kualitatif deskriptif bertujuan agar peneliti dapat mengetahui dan menggambarkan secara jelas, serta menggali data sebanyak mungkin terhadap apa yang terjadi di lokasi penelitian, yang dalam hal ini penulis melakukan penelitian di Desa Kalukubula Kec Sigi Biromaru Kabupaten Sigi.

2. Desain Penelitian

Desain penelitian ini dibagi dalam lima tahap, yaitu:

- a. *Tahap pertama kerangka perencanaan*, yaitu dimana peneliti melakukan persiapan menyusun kerangka perencanaan terhadap beberapa hal yang menjadi kebutuhan dalam melakukan penelitian.
- b. *Tahap kedua observasi*, yaitu dimana peneliti melakukan observasi sebagai langkah awal atau penjejukan perdana terhadap lokasi penelitian.
- c. *Tahap ketiga pelaksanaan*, yaitu tahap dimana peneliti sebagai pelaksana penelitian sekaligus sebagai *human instrument* mencari informasi data, yaitu melakukan wawancara kepada Pedagang Bahan Bakar Minyak (BBM) Pertamina Digital Kalukubula.
- d. *Tahap keempat analisis data* yaitu peneliti melakukan penjarangan-penjarangan dan menganalisa data-data yang ditemukan dari hasil observasi, wawancara serta hasil dari dokumen selama penelitian berlangsung.
- e. *Tahap kelima pengolahan data* yaitu peneliti melakukan pengolahan data dengan mengemukakan dan menjabarkan hasil data yang telah dianalisa sebagai hasil penelitian, lalu kemudian menarik kesimpulan terhadap masalah yang menjadi fokus penelitian ini.

I. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Kalukubula, Kec. Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi.

J. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dilokasi penelitian merupakan bentuk dari keseriusan peneliti, dalam mencari data-data yang dipergunakan bagi penyusunan suatu karya ilmiah, secara resmi dan formal. Karena kedatangan peneliti telah dilengkapi dengan surat rekomendasi dari pihak lembaga Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu. Serta diharapkan dengan hadirnya peneliti dapat meberikan pengaruh positif serta solusi atas permasalahan yang menjadi masalah dalam penelitian ini, khususnya pada para Pedagang BBM Pertamina Digital di Desa Kalukubula.

Penulis sebagai peneliti bertindak menjadi salah satu bagian instrumen penelitian, sekaligus sebagai pengumpul data. Selain itu, instrumen-instrumen yang lain merupakan pendukung atau pelengkap. Dalam penelitian ini, penulis bertindak sebagai pengamat penuh mengenai keadaan di Penetapan harga penjualan BBM Pertamina Digital di Desa Kalukubula sehubungan dengan masalah yang menjadi fokus pada penelitian ini. Para informan yang akan diwawancara oleh penulis, akan diupayakan mengetahui keberadaan penulis sebagai peneliti sehingga dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.

K. Data dan Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subyek penelitian yaitu berupa wawancara atau observasi terhadap narasumber yang terdiri dari para Pedagang BBM Pertamina Digital di Desa Kalukubula.

2. Data Sekunder diperoleh dari studi perpustakaan terhadap buku-buku, internet, jurnal ilmiah, skripsi, dan sumber data pustaka lainnya yang menunjang penelitian ini. Data ini digunakan oleh penulis untuk menyempurnakan data primer yang berkaitan dengan penelitian ini.

L. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam suatu penelitian karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan hasil data terbaik. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan melakukan proses wawancara, untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dengan penyaksian langsungnya, dan biasanya peneliti dapat sebagai partisipan atau *observer* dalam menyaksikan atau mengamati suatu objek peristiwa yang sedang ditelitinya.⁴²

⁴²Rosady Ruslan, “*Public Relations dan Komunikasi*” (Cet. V; Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2010), 221.

2. Wawancara

Wawancara kualitatif adalah salah satu teknik untuk mengumpulkan data dan informasi.⁴³ Metode wawancara juga biasa disebut dengan metode interview, yaitu merupakan proses atau cara memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian; dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau narasumber yang diwawancarai.⁴⁴

Adapun narasumber dalam penelitian ini adalah diantaranya, meliputi:

- a. Pedagang Bahan Bakar Minyak yang menggunakan Pertamina Digital

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan yang ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, serta data-data yang relevan dengan penelitian tersebut. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.

Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, yaitu misalnya berupa; foto, gambar

⁴³M. Djunaidi Ghoni, Fauzan Almansur, *“Metode Penelitian Kualitatif”* (Cet. III; Jogjakarta: Ar-rus Media, 2016),176 .

⁴⁴Burhan Bungin, *“Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi”* (Cet II, Jakarta: Kencana, 2013),133.

hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya yakni seperti berupa seni dalam bentuk gambar, patung, film, dan lain-lain.⁴⁵

M. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah manajemen data mentah atau yang belum terstruktur yang berasal dari data wawancara, observasi dan catatan lapangan ke dalam unit-unit bermakna yang terstruktur menjadi suatu kesatuan hasil penelitian.⁴⁶

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu metode yang menguraikan sifat atau karakteristik suatu fenomena tertentu dan metode ini membutuhkan perencanaan agar uraiannya mencakup seluruh informasi yang dibutuhkan. Dengan kata lain metode deskriptif merupakan suatu metode dengan cara menentukan, mengumpulkan, mengklasifikasikan, menganalisa, serta menginterpretasikan data yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi dan kemudian membandingkan pengetahuan teknik dengan keadaan sebenarnya pada subjek yang diteliti untuk kemudian mengambil kesimpulan. Yaitu dengan cara memaparkan informasi yang diperoleh dari Pedagang Bahan Bakar Minyak pada Pertamina Digital di Desa Kalukubula Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi yang berkaitan dengan etika bisnis penetapan harga jual. Sehingga mendapatkan informasi yang kemudian dievaluasi dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini.

⁴⁵Sugiyono, "*Metode Penelitian Pendidikan*" (Cet VI Jakarta: Prenamedia Group, 2016),90.

⁴⁶ Fattah Hanurawan, "*Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Psikologi*" (Cet I Depok : PT RajaGrafindo Persada, 2016), 123-124.

N. Pengecekan Keabsahan Data

Untuk mendapatkan data yang benar-benar valid dan memiliki akurasi data yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, maka pengecekan keabsahan data yang nanti diperoleh adalah salah satu tahapan yang penulis lakukan. Pengecekan tersebut dilakukan dengan cara triangulasi, yaitu mengecek kembali sumber data dan metode yang dipakai untuk menghubungkan pendapat atau teori yang ada. Selain itu, dalam penulisan juga melakukan diskusi dengan para responden, dosen pembimbing dan rekan-rekan, agar data yang diperoleh mampu untuk dipertanggung jawabkan, dalam hal keabsahannya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Pertamina Digital

Stasiun pengisian bahan bakar mini atau Pom mini (singkatan dari *Pompa Bensin Mini*) adalah salah satu bisnis penjualan bahan bakar minyak (BBM) yang tidak lagi menggunakan jeriken atau botol, melainkan menggunakan suatu alat pompa manual dengan gelas takaran atau bahkan dispenser seperti halnya SPBU. SPBU Mini telah ada sekitar tahun 2012 dan mulai marak sekitar tahun 2014. Alat Pertamina digital adalah alat yang menggunakan listrik sehingga akan menghambat proses transaksi jual beli ketika listrik sedang mati. Kios ini menjadi alternatif tempat pengisian BBM khususnya bagi kendaraan roda dua yang kehabisan bahan bakar sementara lokasi SPBU masih jauh.

Pom mini kerap juga disebut oleh masyarakat sekitar dengan sebutan Pertamina, serta kerap menjadi label yang terpasang di sejumlah pom mini. Meski menggunakan penjenamaan atau pencitraan merek dan identitas visual yang mirip dengan Pertamina, usaha ini bukan bagian dari Pertamina dan dimasukkan ke dalam kelompok bisnis yang ilegal.

Alat pada pom mini memiliki tangki cadangan berupa drum dengan kapasitas 200 – 210 liter yang ditanam di bawah dinding beton. Bahan bakar dari tangki akan dipompa masuk ke tangki ukur berkapasitas lima liter yang dilengkapi batas tera per liter. Bahan bakar dimasukkan ke dalam tangki kendaraan menggunakan selang dengan nozel sebagaimana SPBU Pertamina pada umumnya. Harga satu alat Pertamina manual adalah sekitar 6,5 juta sementara alat Pertamina digital adalah sekitar 15–17 juta rupiah.

Penjual bensin eceran yang beralih menggunakan alat Pertamina menyebutkan bahwa alat ini lebih praktis dibandingkan saat masih menggunakan botol. Selain itu, dengan adanya ukuran pada tangki ukur, kepercayaan konsumen menjadi meningkat sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan penjual.

Pihak Pertamina menganggap bahwa Pertamina merupakan bisnis ilegal yang tidak memenuhi standar keamanan, terutama bahaya kebakaran. Pertamina maupun penjual bensin eceran lainnya yang tidak memiliki izin usaha dapat dikenai hukuman pidana penjara 6 tahun atau denda sebesar Rp 60 miliar karena melanggar Pasal 55 Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi.

Pihak Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag) menyatakan bahwa aspek keamanan Pertamina masih sangat kurang karena sering kali ditemui penjual yang merokok di samping alat Pertamina. Pertamina juga ditengarai merugikan konsumen karena berdasarkan pengawasan, volume yang dikeluarkan alat Pertamina tidak sesuai dengan takaran yang seharusnya. Hal tersebut melanggar UU Nomor 2 Tahun 1981 Tentang Metrologi Legal yang melarang segala bentuk bisnis yang tidak menggunakan meteran standar.

B. Mekanisme Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital

Mekanisme penetapan harga adalah proses yang berjalan atas dasar gaya tarik menarik antara produsen dan konsumen baik dari pasar *output* (barang) ataupun input (faktor-faktor produksi). Penetapan harga dilakukan untuk mendapatkan hasil dari penjualan produk ataupun jasa tertentu yang dihasilkan dan dipasarkan untuk memperoleh sejumlah laba atau keuntungan.

Dalam menentukan laba atau keuntungan dalam perdagangan, Islam mengajurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba. Ibnu Kaldun pernah berkata “Sesungguhnya laba itu hendaklah kelebihan kecil dari

modal awal karena harta jika banyak, semakin besarlah labanya. Karena jumlah yang sedikit jika dimasukkan kedalam jumlah yang banyak ia akan menjadi banyak.⁴⁷

Penetapan harga tidak hanya ditentukan oleh dua pihak antara penjual dan pembeli, namun juga harus melihat stabilisasi harga pasar yang ditetapkan oleh pemerintah, tetapi ada juga penetapan harga yang hanya ditetapkan oleh beberapa pihak yang berlaku sebagai penjual dan pembeli tanpa mengikuti harga yang diberlakukan oleh pemerintah atau harga yang sedang beredar di pasaran, agar memperoleh keuntungan yang lebih bagi salah satu pihak.

Diketahui bahwa kenaikan harga BBM selalu menimbulkan prokontra dikalangan masyarakat yang didukung oleh banyaknya pendapat yang muncul tanpa diikuti data-data yang akurat. Dan tabel 4.9 menunjukkan kenaikan BBM jenis pertalite, pertamax dan solar, antara lain: ⁴⁸

Tabel 4.1

Harga BBM Sebelum Dan Sesudah Naik

No	Jenis BBM	Sebelum	Sesudah
1	Pertalite	Rp. 7.650	Rp.10.000
2	Pertamax	Rp. 12.500	Rp. 14.850
3	Dexlite	Rp. 17.800	Rp. 18.350
4	Solar	Rp. 5.150	Rp. 6.800

Sumber Data: <http://www.bphmigas.go.id/harga-bbm-spbu>

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa harga BBM sebelum naik antara lain, Pertalite Rp. 7.650, Pertamax Rp. 12.500, Dexlite Rp. 17.800, dan Solar Rp.

⁴⁷ Husein Syahatah, Pokok-Pokok Pikiran Akuntansi Islam, (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2001), h. 159.

⁴⁸ <http://www.bphmigas.go.id/harga-bbm-spbu>

5.150. kemudian mengalami peningkatan antara lain pertalite Rp. 10.000, Pertamax Rp. 14.850, Dexlite Rp. 18.350, dan solar Rp. 6.800.

Perubahan kebijakan dalam menetapkan harga Bahan Bakar Minyak yang terjadi begitu cepat oleh pemerintahan berakibat pada penetapan harga yang dilakukan oleh pedagang BBM Pertamina digital di Desa Kalukubula.

Berikut mekanisme penetapan harga menurut beberapa pedagang BBM Pertamina digital di Desa Kalukubula:

1. Ibu Sutrisna (25 Tahun):

Mekanisme penetapan harga BBM oleh pedagang Pertamina digital seperti dijelaskan oleh Ibu Sutrisna selaku pemilik usaha Pertamina digital:

“Saya menjual pertalite menggunakan Pertamina kurang lebih sudah 5 bulan dengan modal awal 11 juta untuk mekanisme pembelian pertalite di Pertamina saya antri menggunakan jerigen untuk mekanisme penetapan harganya berdasarkan ketentuan dari semua pedagang pertalite dengan menetapkan harga Rp.12.000 /liter, banyaknya pertalite setiap kali saya membeli di Pertamina sekitar 40 liter dengan biaya 400.000 dengan keuntungan penjualan perharinya 30.000, dan keuntungan menjual pertalite menggunakan Pertamina dibandingkan dengan botol karena kalau menggunakan Pertamina mobil bisa mengisi tanpa ribet dan cepat tidak seperti menggunakan botol prosesnya lama dan juga kalau menggunakan Pertamina bisa mengisi berapapun uangnya pembeli dibandingkan dengan botol harus membeli perbotol yang harganya 12.000”.⁴⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan Ibu Sutrisna dapat disimpulkan bahwa Ibu Sutrisna adalah salah satu pedagang yang menjual BBM jenis pertalite menggunakan Pertamina digital di Desa Kalukubula kurang lebih sudah 5 bulan dengan modal awal sebesar Rp. 11.000.000. Ibu Sutrisna mendapatkan pertalite dari Pertamina terdekat dengan cara mendatangi Pertamina dan mengikuti antrian dengan volume sebesar 40 liter yang total biaya pembeliannya sebesar Rp. 400.000,

⁴⁹ Wawancara dengan Ibu Sutrisna, “Pedagang BBM Pertamina Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022).

dalam hal ini modal yang dikeluarkan perliter pertalite adalah sebesar Rp. 10.000. kemudian mekanisme penetapan harga yang dilakukan oleh ibu Sutrisna untuk setiap liter pertalite di jual seharga Rp. 12.000/liter. Keuntungan yang di peroleh ibu Sutrisna perharinya sebesar Rp.30.000, dalam hal ini keuntungan yang didapatkan perbulan sebesar Rp.900.000. keunggulan menggunakan pertamini digital menurut ibu Sutrisna adalah memudahkan dan mempercepat pedagang dan konsumen pada saat pengisian BBM jenis pertalite, karena tidak menggunakan botol, dan juga dalam pembeliannya tidak mematok harga tetapi berdasarkan keinginan dari konsumen dibandingkan daripada pembelian menggunakan botol yang harus membeli dengan harga Rp. 12.000.

2. Ibu Hamsa (47 Tahun)

Mekanisme penetapan harga BBM oleh pedagang pertamini digital seperti dijelaskan oleh ibu Hamsa selaku pemilik usaha pertamini digital:

“Saya menjual pertalite menggunakan pertamini baru 2 minggu, untuk pembelian pertalite di pertamina antri menggunakan mobil untuk penetapan harga jual mengikuti dari pedagang-pedagang lainnya, untuk setiap kali membeli pertalite di pertamina sebanyak 35 liter dan setiap penjualan pertalite di pertamini selalu habis 1 jerigen, kalau jual menggunakan botol harus menjual dengan harga Rp12.000 kalau menjual menggunakan pertamini bisa di jual dengan harga Rp 3.000, harga Rp 5.000 jadi bisa meringankan untuk anak-anak sekolah membeli pertalite, lalu waktu menjual menggunakan botol biasanya 1 jerigen 3 hari baru habis karena harus membeli sesuai harga perbotol kalau sekarang menjual pertalite menggunakan pertamini pembeli malahan biasa membeli hanya Rp 5.000 jadi itu juga keuntungannya menggunakan pertamini”⁵⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan ibu Hamsa dapat disimpulkan bahwa ibu Hamsah adalah salah satu pedagang yang menjual BBM jenis pertalite menggunakan pertamini digital di Desa kalukubula selama 2 minggu. Ibu Hamsa mendapatkan pertalite dari pertamina terdekat dengan cara mendatangi pertamina

⁵⁰ Wawancara dengan Ibu Hamsa, “Pedagang BBM Pertamini Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022).

dengan mengikuti antrian menggunakan mobil dengan dengan volume pembelian sebanyak 35 liter dan setiap penjualan menggunakan pertamini selalu habis 1 jerigen. Ibu Hamsa menjual pertalite menggunakan botol dengan harga Rp.12.000 keunggulan menggunakan mesin pertamini menurut ibu Hamsa bisa meringankan untuk anak-anak sekolah membeli pertalite karena bisa di jual dengan harga Rp.3.000 atau Rp.5.000

3. Ibu Rahma (39 Tahun)

Mekanisme penetapan harga BBM oleh pedagang pertamini digital seperti dijelaskan oleh ibu Rahma selaku pemilik usaha pertamini digital:

“Saya menjual pertalite menggunakan pertamini kurang lebih sudah 2 tahun menggunakan modal dari teman karena waktu itu dia menitipkan pertamini dengan sistem bagi hasil kemudian dalam jangka 6 bulan kalo bisa bayar ya di bayar saja mesinnya, untuk cara mendapatkan pertalite di pertamina kadang isi di mobil kadang ada juga teman yang ambilkan menggunakan motor atau mobil, untuk penetapan harganya Rp.12.000/liter, untuk pembelian pertalite di pertamina tidak menentu kadang dapat 2 jerigen kadang juga hanya 1 jerigen, keuntungan perharinya tidak terlalu banyak kadang habis 1 jerigen kadang juga habis 2 jerigen paling tinggi sudah keuntungan 1 jerigan itu Rp.30.000 kalau ada, kalau perbedaan menjual pertalite menggunakan botol dengan mesin pertamini yaitu kalau botol sering di curi orang, sering di kasih picah, apalagi sekarang botol sulit di dapatkan, kalau menggunakan pertamini ini lebih mudah karena pembeli bisa mengisi dengan berapapun uangnya”.⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan ibu Rahma dapat disimpulkan bahwa ibu Rahma adalah salah satu pedagang yang menjual BBM jenis pertalite menggunakan pertamini digital di Desa kalukubula kurang lebih sudah 2 tahun dengan menggunakan modal dari teman yang menitipkan mesin pertamininya kepada ibu Rahma dengan menggunakan sistim bagi hasil kemudian dalam jangka waktu 6 bulan jika ibu Rahma bisa membayar mesin pertamini itu maka akan terjadi pemindahan hak milik mesin pertamini tersebut menjadi milik ibu Rahma. Ibu

⁵¹ Wawancara dengan Ibu Rahma, “Pedagang BBM Pertamina Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022).

Rahma mendapatkan pertalite dari Pertamina dengan cara menggunakan fungsi dari tangki mobil untuk menampung pertalite tanpa menggunakan jerigen. Ibu Rahma menetapkan harga penjualan BBM jenis pertalite sebesar Rp.12.000, untuk pembelian pertalite di Pertamina Ibu Rahma biasa mendapatkan 2 jerigen biasa juga hanya 1 jerigen, keuntungan perharinya yang di dapatkan Ibu Rahma tidak terlalu banyak biasanya habis 1 jerigen biasa juga habis 2 jerigen dengan keuntungan 1 jerigen itu hanya Rp.30.000. Keunggulan yang didapatkan Ibu Rahma dalam menjual pertalite menggunakan Pertamina Digital yaitu lebih efisien dan tidak mudah rusak atau pecah seperti halnya menjual menggunakan botol.

4. Ibu Rosalia (28 Tahun)

Mekanisme penetapan harga BBM oleh pedagang Pertamina Digital seperti dijelaskan oleh Ibu Rosalia selaku pemilik usaha Pertamina Digital:

“Saya menjual pertalite menggunakan Pertamina Digital kurang lebih 1 tahun dengan modal awal 10 juta untuk mendapatkan mesin Pertamina Dipesan dari Sulawesi Selatan, untuk pembelian pertalite di Pertamina Suamiku antri menggunakan mobil karena kalau antri menggunakan jerigen sudah tidak di bolehkan apalagi pakai motor Thunder sudah tidak di perbolehkan juga kalau mobilkan saya punya mobil agya ya paling satu kali isi Rp.300.000 itulagi yang nantinya disedot apa sudah tidak di perbolehkan menggunakan jerigen, bisa masuk mobil di Pertamina itu 2 kali saja jadi bisa dapat sekitar 2 jerigen saja, penetapan harganya Rp.12.000/perliter, lebih tertarik orang membeli menggunakan Pertamina dan lebih banyak juga keuntungannya kalau botol bagusnya kita tidak tuangkan orang kalo Pertamina kan capek juga bolak-balik mengisi tanki pembeli dan orang bisa membeli dengan harga Rp.2.000, kalau botol kan tidak bisa diukur, karena sudah ditetapkan harganya perbotol”.⁵²

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan Ibu Rosalia dapat disimpulkan bahwa Ibu Rosalia adalah salah satu pedagang yang menjual BBM jenis pertalite menggunakan Pertamina Digital di Desa Kalukubula kurang lebih 1 tahun dengan modal awal 10 juta untuk mendapatkan mesin Pertamina Digital Dipesan dari

⁵² Wawancara dengan Ibu Rosalia, “Pedagang BBM Pertamina Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022).

Sulawesi Selatan, untuk mendapatkan pertalite yang dijual didapatkan dari Pertamina dengan cara mengikuti antrian dengan jumlah volume sebanyak 30 liter dengan harga Rp.300.000 yang menggunakan fungsi tangki mobil. Penetapan harga perliter sebesar Rp.12.000/perliter. Keunggulan menggunakan Pertamina Digital menurut Ibu Rosalia adalah melihat situasi bahwasanya masyarakat lebih tertarik membeli menggunakan Pertamina Digital dibandingkan dengan menggunakan botol karena bisa di beli sesuai keinginan dari pembeli.

5. Bapak Irwan (35 Tahun)

Mekanisme penetapan harga BBM oleh pedagang Pertamina Digital seperti dijelaskan oleh Bapak Irwan selaku pemilik usaha Pertamina Digital:

“Saya menjual pertalite menggunakan Pertamina Digital sudah 1 tahun dengan modal awal 10 juta untuk pembelian pertalite di Pertamina dulunya menggunakan jerigen sekarang antri menggunakan mobil biasa dapat 2 jerigen sekitar 80 liter, untuk penetapan harga kenapa Rp.12.000 karena biaya mau ke Pertamina menunggunya lagi itu semua jadi dapat keuntungannya tetapi tetap isinya 1 liter kami tidak mengurangi takarannya tetap Rp.12.000/perliternya itulah jadi keuntungan kami pada waktu beli di Pertamina pakai tenaga, pakai bensin juga. Untuk keuntungan perharinya itu cuma Rp.30.000-Rp.40.000, kalau di botolan lebih ribet lagi mau diisinya kalau menggunakan Pertamina kan sisa di tindis angkanya berapa diisi ini juga bisa diisi dibawah Rp.12.000 tergantung pembeli mau isi harga berapa”.⁵³

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan Bapak Irwan dapat disimpulkan bahwa Bapak Irwan adalah salah satu pedagang yang menjual BBM jenis pertalite menggunakan Pertamina Digital di Desa Kalukubula sudah 1 tahun dengan modal awal 10 juta yang dimana mendapatkan pertalite dengan cara antri menggunakan mobil di Pertamina karena sekarang sudah dilarang menggunakan jerigen. Mekanisme penetapan harga yang dilakukan Bapak Irwan adalah dengan menetapkan harga perliter sebesar Rp.12.000 mengingat bahwa biaya transportasi

⁵³ Wawancara dengan Bapak Irwan, “Pedagang BBM Pertamina Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022).

kepertamina dan ukuran satu liter yang bapak Irwan jual sama dengan ukuran yang ada di pertamina tanpa mengurangi takarannya. Keuntungan yang didapatkan pak Irwan perharinya Rp.30.000-Rp40.000 dengan banyaknya penjualan sebanyak 15-20 liter. Keunggulan yang didapatkan pak Irwan dalam menggunakan pertamini digital adalah tidak ribet dan memudahkan pak Irwan selaku pedagang dan juga tidak memberikan patokan harga karena bisa dibeli dibawah atau diatas Rp.12.000 sesuai dengan keinginan pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara yang dikemukakan oleh kelima informan peneliti dapat menyimpulkan bahwa mekanisme pedagang dalam menetapkan harga jual bahan bakar minyak pada pertamini digital di Desa Kalukubula. Disaat harga BBM jenis pertalite pada SPBU naik menjadi Rp.10.000/liter yang kemudian para pedagang menjual dengan harga Rp.12.000/liter. Mekanisme penetapan harga yang dilakukan para pedagang di Desa Kalukubula mengambil keuntungan sebanyak Rp.2.000 mengikuti keuntungan penjual lainnya. Namun tanpa ada rincian yang lebih detail tentang pengambilan keputusan penetapan harga sebesar Rp.2.000

Dengan total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pertamini digital dalam sehari yaitu Rp.400.000, untuk 40 liter BBM, maka harga jual untuk satu liter BBM adalah :

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{BIAYA TOTAL}}{\text{VOLUME PENJUALAN}} \\ &= \frac{400.000}{40} = 10.000 \end{aligned}$$

Selanjutnya harga satu liter BBM dijual dengan pertimbangan harga pasar atau daya beli masyarakat desa yang rendah maka pedagang menetapkan harga Rp.12.000, dengan keuntungan Rp.2.000, maka total keuntungan diperoleh Rp. 480.000. Sehingga laba yang dihasilkan dari penjualan BBM sebanyak 40 liter, untuk perhitungan laba yang dihasilkan yaitu :

Laba = Harga Jual – Harga Pokok

= Rp. 480.000 – Rp. 400.000

= Rp. 80.000

Kemudian untung yang didapatkan oleh pedagang atas perdagangan jual beli BBM dalam waktu satu bulan yaitu sebagai berikut:

Pendapatan/bulan = Laba bersih x 30 hari

= Rp. 80.000 x 30

= Rp. 2.400.000

Oleh karena itu harga jual BBM Rp. 12.000/liter merupakan harga yang adil karena harga tersebut masih berada pada harga yang wajar, dimana pedagang yang menjual BBM pada Pertamina Digital sudah mendapatkan bayaran atas tenaga yang mereka keluarkan dan keuntungan yang layak pada penjualan BBM untuk satu liter dan takarannya sesuai.

C. Penerapan Etika Bisnis dalam Jual Beli Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital di Desa Kalukubula

Penelitian ini mengkaji Etika Bisnis dalam penetapan harga jual BBM pada Pertamina Digital di Desa Kalukubula Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Permintaan masyarakat terhadap Bahan Bakar Minyak (BBM) eceran tinggi karena banyaknya pengguna kendaraan bermotor yang kesulitan untuk mengisi BBM karena letak SPBU yang cukup jauh dari desa.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Penerapan Etika Bisnis dalam Jual Beli Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital di Desa Kalukubula antara lain:

1. Ditinjau dari prinsip kejujuran

Kejujuran merupakan landasan yang kokoh setiap usaha, kejujuran terhadap diri sendiri, kepada teman kerja, baik dengan relasi bisnis maupun terhadap karyawannya sendiri. Kejujuran dalam bisnis adalah prinsip yang tidak bisa

ditawar-tawar lagi, karena dari kejujuran, keteladanan usaha pertama kalinya diwujudkan. Berikut pendapat beberapa informan mengenai penerapan prinsip kejujuran dalam jual beli BBM jenis pertalite pada pertamini digital di desa Kalukubula:

a. Ibu Sutrisna (25 Tahun):

“Kalau untuk *nozzle* pada pertamini digital itu bisa diatur, tapi saya tidak melakukan itu walaupun saya tau, kalau untuk mencampur dengan air sama sekali tidak pernah”.⁵⁴

Berdasarkan pendapat diatas ibu Sutrisna menjelaskan bahwasanya *nozzle* pada pertamini digital bisa diatur akan tetapi ibu Sutrisna tidak melakukannya dan juga ibu Sutrisna tidak mencampurkan pertalite dengan air

b. Ibu Hamsa (47 Tahun)

“Mengatur *nozzle* Alhamdulillah tidak pernah, InsyaAllah literannya pas apalagi ditambah dengan air Alhamdulillah juga tidak”.⁵⁵

Berdasarkan pendapat diatas ibu Hamsa menjelaskan tidak ada pengaturan *nozzle* pada pertamini digitalnya untuk mengurangi takaran apalagi mencampur BBM dengan air.

c. Ibu Rahma (39 Tahun)

“kalau yang saya tau ya dek *nozzlenya* itu bisa diatur tapi kalau dari saya belum pernah mengaturnya dan kalau campur air juga tidak pernah”.⁵⁶

Berdasarkan pendapat diatas ibu Rahma menjelaskan bahwa tidak ada pengaturan *nozzle* pada pertamini dan juga tidak pernah mencampur BBM dengan air.

⁵⁴ Wawancara dengan Ibu Sutrisna, “Pedagang BBM Pertamina Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022)

⁵⁵ Wawancara dengan Ibu Hamsa, “Pedagang BBM Pertamina Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022)

⁵⁶ Wawancara dengan Ibu Rahma, “Pedagang BBM Pertamina Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022)

d. Ibu Rosalia (28 Tahun)

“Yang saya tau nozzlenya bisa diatur tapi caranya itu saya tidak tau yang tau itu suami saya, tapi kami tidak pernah mengaturnya hanya sekedar tau saja, kalau BBM dicampur dengan air sama sekali tidak pernah”.⁵⁷

Berdasarkan pendapat diatas ibu Rosalia menjelaskan bahwa dia tidak tau cara mengaturnya tetapi yang mengetahui cara mengaturnya adalah suaminya tetapi mereka tidak pernah mengatur nozzlenya dan juga tidak pernah mencampur BBM dengan air.

e. Bapak Irwan (35 Tahun)

“Tidak ada diatur nozzlenya walaupun dulu saya pernah ditawari oleh teman saya untuk mengatur nozzlenya tapi saya tidak mau. Kalau untuk campur BBM dengan air tidak dengan air”.⁵⁸

Berdasarkan pendapat diatas Bapak Irwan menjelaskan bahwa pak Irwan pernah ditawari untuk mengatur nozzlenya akan tetapi pak Irwan menolak akan hal itu, dan juga tidak pernah mencampur dengan air.

Berdasarkan pernyataan dari kelima informan diatas, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa para kelima pedagang tidak pernah mengatur nozzlenya dan mencampur BBM dengan air. Dalam hal ini para pedagang sudah menerapkan prinsip kejujuran. Sesuai dengan firman Allah dalam surah Asy-Syu'ara' ayat 181-183 :

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۚ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۚ

⁵⁷ Wawancara dengan Ibu Rosalia, “Pedagang BBM Pertamina Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022)

⁵⁸ Wawancara dengan Bapak Irwan, “Pedagang BBM Pertamina Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022)

Terjemahannya :

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan orang lain. Timbanglah dengan timbangan yang benar. Janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi”

Dari ayat diatas dapat kita ketahui bahwa kejujuran merupakan sikap yang penting, karena dalam berbisnis jika tidak mempunyai sifat kejujuran bisnis tersebut tidak akan dipercaya lagi oleh para konsumen.

2. Ditinjau dari prinsip keadilan

Prinsip keadilan mencakup pada keseimbangan dan tanggung jawab. Dengan berlaku adil seorang pebisnis akan menjauhkan diri dari hal-hal yang haram, menjauhi perkara-perkara dan barang-barang yang subhat. Prinsip ini menuntut agar kita memperlakukan orang lain sesuai dengan haknya. Prinsip ini mengatur agar kita bertindak sedemikian rupa sehingga hak semua orang terlaksana secara kurang lebih sama sesuai dengan apa yang menjadi haknya tanpa saling merugikan.

Penetapan harga oleh pedagang BBM Pertamina Digital di Desa Kalukubula merupakan bentuk bisnis yang adil. Dilihat dari pernyataan informan bahwa semua informan sudah bersikap jujur kepada pembeli. Seperti dalam Q.S Al-Mai'dah (5) : 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ
قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اٰدِلُوا ۗ هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌ
بِمَا تَعْمَلُوْنَ

Terjemahannya :

“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan”

3. Tidak melipat gandakan harga dalam jual beli

Rasulullah yang selalu menghimbau dalam menetapkan harga sebuah barang harus disesuaikan dengan nilai yang terkandung didalamnya. Di samping itu penetapan harga harus disesuaikan dengan harga yang berlaku dipasaran dan sesuai dengan kebiasaan yang berlaku di suatu wilayah.

Berdasarkan pernyataan lima informan penelitian ini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pedagang Bahan Bakar Minyak pada Pertamina Digital di Kalukubula tidak melipat gandakan harga jual BBM, mereka hanya mengambil bayaran atas tenaga yang mereka keluarkan dan keuntungan Rp.2.000/ liternya. Sesuai dengan firman Allah dalam surah Ali ‘imran ayat 130 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahannya :

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”.

4. Larangan Tadlis (penipuan)

Tadlis dalam harga terjadi ketika sesuatu barang dijual dengan harga yang lebih tinggi atau sebaliknya lebih rendah dari harga pasar karena penjual atau pembeli memanfaatkan ketidaktahuan lawan transaksinya terhadap harga pasar.

Dari lima objek penelitian ini dapat peneliti menyimpulkan bahwa tidak adanya praktek tadlis harga yang dilakukan pedagang BBM Pertamina Digital di Desa Kalukubula dikarenakan pada Pertamina Digital layaknya seperti pengisian BBM di SPBU ada label pas dan harga tertera yang di tempel pada mesin Pertamina. Jadi, semua orang bisa tahu dengan membaca atau melihat harga BBM perliternya

di mesin Pertamina Digital. Hal ini sesuai dengan yang terkandung di dalam Q.S An-nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahannya :

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Berdasarkan hasil wawancara yang dikemukakan oleh kelima informan peneliti dapat menyimpulkan bahwa penerapan etika bisnis dalam jual beli bahan bakar minyak pada Pertamina Digital di Desa Kalukubula. Dimana para pedagang tidak pernah mengatur nozzle-nya dan mencampur BBM dengan air. Dalam hal ini para pedagang sudah menerapkan prinsip kejujuran dan juga para pedagang BBM Pertamina Digital Desa Kalukubula dan juga sudah bersikap jujur kepada pembeli dan tidak pernah mengatur nozzle-nya sehingga sudah menerapkan prinsip keadilan. Selain itu pedagang juga tidak melipat gandakan harga dalam jual beli mereka hanya mengambil bayaran atas tenaga yang mereka keluarkan dan keuntungan Rp.2.000/ liter-nya. Kemudian pedagang BBM Pertamina Digital tidak melakukan praktek tadelis harga (penipuan) dikarenakan pada Pertamina Digital layaknya seperti pengisian BBM di SPBU ada label pas dan harga tertera yang di tempel pada mesin Pertamina. Jadi, semua orang bisa tahu dengan membaca atau melihat harga BBM perliter-nya di mesin Pertamina Digital. Dalam hal ini para pedagang BBM menggunakan Pertamina Digital di Desa Kalukubula sudah melaksanakan etika bisnis dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Mekanisme penetapan harga jual bahan bakar minyak pada pertamini digital di Desa Kalukubula dimana pedagang dalam menetapkan harga jual bahan bakar minyak pada pertamini digital di Desa Kalukubula. Disaat harga BBM jenis pertalite pada SPBU naik menjadi Rp.10.000/liter kemudian para pedagang menjualnya dengan harga Rp.12.000/liter. Mekanisme penetapan harga yang dilakukan para pedagang BBM Pertamina Digital di Desa Kalukubula hanya mengambil keuntungan sebanyak Rp.2.000/liter mengikuti keuntungan penjual lainnya. Namun tanpa ada rincian yang lebih detail tentang pengambilan keputusan penetapan harga sebesar Rp.2.000/liter.
2. Penerapan etika bisnis dalam jual beli bahan bakar minyak pada pertamini digital di Desa Kalukubula. Dimana para pedagang tidak pernah mengatur nozzle-nya dan mencampur BBM dengan air. Dalam hal ini para pedagang sudah menerapkan prinsip kejujuran dan juga para pedagang BBM Pertamina digital Desa Kalukubula dan juga sudah bersikap jujur kepada pembeli dan tidak pernah mengatur nozzle-nya sehingga sudah menerapkan prinsip keadilan. Selain itu pedagang juga tidak melipat gandakan harga dalam jual beli mereka hanya mengambil bayaran atas tenaga yang mereka keluarkan dan keuntungan Rp.2.000/ liter-nya. Kemudian pedagang BBM Pertamina digital tidak melakukan praktek tadelis harga (penipuan) dikarenakan pada

pertamini digital layaknya seperti pengisian BBM di SPBU ada label pas dan harga tertera yang di tempel pada mesin pertamini. Jadi, semua orang bisa tahu dengan membaca atau melihat harga BBM perliternya di mesin Pertamina Digital.

B. Saran

1. Pihak Pedagang

- a. Memberikan informasi yang jelas kepada pedagang mengenai harga yang berlaku saat ini dan tidak mengambil untung yang besar, keuntungan harus diambil dengan cara yang dapat diterima secara umum tanpa merusak hak pembeli.
- b. Memperbaiki transaksinya dengan cara bersikap jujur dalam berdagang khususnya pada takaran Bahan Bakar Minyak yang dijual serta menjunjung sikap adil dalam berdagang.

2. Pihak Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian ini tidak bisa untuk semua pedagang BBM pada Pertamina Digital yang ada di Indonesia karena penelitian ini hanya untuk para pedagang BBM pada Pertamina Digital di Desa Kalukubula Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Hasil dari penelitian ini tidak bisa digunakan untuk menilai selain pada pedagang BBM Pertamina Digital di Desa Kalukubula.
- b. Penelitian ini membahas penetapan harga berdasarkan etika bisnis Islam, diharapkan penelitian lain dapat meneliti atau memperluas pembahasannya bukan hanya melihat dari mekanisme pedagang dalam menetapkan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- “Pertamini”, *Wikipedia the Free Encyclopedia*.<https://id.wikipedia.org/wiki/Pertamini>,
26 Mei 2022
- Abdul Rahman Ghazaly, *et al*, “Fiqh Muamalat”, Cet I; Jakarta: Prenamedia Group,
2010
- Abidin Aldi, Nursyamsu, “*Analisis Motif Driver Ojek Online Dalam Menjalin Lebih
Dari Satu Ke-Mitraan Perspektif Etika Bisnis Islam Di Kota Palu*”, Jurnal
Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam – JIEBI Vol. 3 No.2 Tahun 2021
- Amalia Fitri, ”*Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha
Kecil*”, 19 Februari 2022
- Aprianto Iwan, *et al.*, “*Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*”, Cet I; Yogyakarta:
Grup Penerbitan CV Budi Utama, 2020
- Arsya Nur, “*Aktualisasi Etika Bisnis Islam Dalam Penetapan Harga Jual Resti
Group Cabang Kota Parepare*”, Skripsi, IAIN, Parepare, 2021
- Bungin Burhan, “*Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*”, Cet II, Jakarta:
Kencana, 2013
- Djakfar Muhammad, “*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*”, Malang: UIN Malang
Press, 2007
- Ermawati, *et al*, “*Analisis Transaksi Jual Beli Account Game Online Mobile
Legends Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mobile Legends
Community Hero di Palu)*”, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam – JIEBI
Vol. 3 No.1 Tahun 2021
- Ermawati, *et al*, “*Pengaruh Nilai Tukar dan Harga Terhadap Volume Ekspor Crude
Palm Oil (CPO) PT. LETAWA Tahun 2017-2019*”, Jurnal Ilmu Ekonomi dan
Bisnis Islam – JIEBI Vol. 3 No.2 Tahun 2021, 191
- Farwa Lulu, “*Pengaruh Harga dan kualitas pelayanan fotocopy sinar indah bantilan
palu terhadap kepuasan konsumen*”, Skripsi, IAIN, Palu, 2019
- Fauzan Almansur, M. Djunaidi Ghoni,, “*Metode Penelitian Kualitatif*”, Cet. III;
Jogjakarta: Ar-rus Media, 2016
- Fauzia, Ika Yunia. “*Etika Bisnis Dalam Islam*”, Cet.I; Jakarta: Kencana, 2013

Hanurawan Fattah, “Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Psikologi”, Cet I
Depok : PT RajaGrafindo Persada, 2016

Hasibuan, Ayu Khairani Fitri, “*Etika bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri
Sumatra Utara, 2018

Haviz Aravik dan Fakhry Zamzam, “*Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*”,
Cet I; Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama, 2020

Hayani Sitti, “Eksistensi Pertamina Mini Terhadap Penjualan BBM Eceran Di
Lembang KAB. Pinrang”, Skripsi, IAIN, Pare-Pare, 2018

Hidayati Nailal, “Penentuan Harga Pedagang Kaki Lima Perspektif Etika Bisnis
Islam (Studi Kasus Di Jl. Malioboro Yogyakarta)”, Skripsi, IAIN,
Purwokerto, 2020

<http://www.bphmigas.go.id/harga-bbm-spbu>

Ishak Khodijah, “*Penetapan Harga Ditinjau Dalam Perspektif Islam*”, STIE Syariah
Bengkalis, Riau

Juliet Corbin dan Anselm Strauss, “*Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*”, Cet II:
Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007

Kementrian Agama RI, “*Al-Qur’an dan Terjemahannya*”, Cet. I ;Tugu Bogor, Muhammad
Shohib, 2010

Ludfianto Ahmad, “*Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Penetapan Harga
Bagi Pembeli Yang Membutuhkan Di Desa Lampeji, Kecamatan
Mumbulusari*”, Skripsi, IAIN, Jember

M.S.Syaifullah, “Etika Jual Beli dalam Islam”, Hunafa:Jurnal Studia Islamika, Vol.11 No 2
Desember 2014, 376-379.
<https://jurnalhunafa.org/index.php/hunafa/article/view/361>, 03 April 2022

Mujiatun Siti, “*Jual Beli Dalam Perspektif Islam: Salam Dan Istisna*”, Jurnal Riset
Akuntansi Dan Bisnis, Vol.13 No 2 September 2013, 204.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/akuntan/article/view/149/94>, 02 April
2022

Mulyono Sri, “*Etika Bisnis Islam*”, Cet I: Lombok (Nusa Tenggara Barat): CV.Alliv
Rentang Mandiri, 2021

- Novita Iin, *“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Penjualan Roti Gumbasa Di Desa Pakuli Utara Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi”*, Skripsi, IAIN, Palu, 2019
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2004 tentang Kegiatan Usaha Hilir Minyak Dan Gas Bumi, pasal 2
- Prastowo Andi, *“Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian”*, Cet . III; Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2016
- Ridwan Ahmad, *“Strategi penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan D’Ratu fashion jalan cipta karya sidomulyo bar kecamatan tampan kota pekanbaru di tinjau menurut perspektif ekonomi syariah”*, SKRIPSI, UIN Sultan Syarif Kasim, Riau, 2021
- Ruslan Rosady, *“Public Relations dan Komunikasi”* Cet. V; Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2010
- Sa’idah Hayatun *“Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Penetapan Harga Produk Pada Usaha Meubel 2 Saudara Kota Banjarmasin, Skripsi, UIN Antasari Banjarmasin, 2020*
- Salim Makmur *“Strategi Pelayanan PT.Transmart Carrefour Palu Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Perspektif Etika Bisnis Islam”*, *Skripsi IAIN Palu, 2020*
- Sasnita Afriyani *“Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu”*, *Skripsi IAIN Palu, 2019*
- Sugiyono, *“Metode Penelitian Pendidikan”*, Cet VI Jakarta: Prenamedia Group, 2016
- Supriadi Muslimin, *et al*, *“Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam”*, Al-Azhar Journal Of Islamic Economics, Vol. 2 No 1 Januari 2020, 6. <http://www.ejournal.staialazhar.ac.id/index.php/ajie/article/view/30>, 26 Maret 2022
- Syahatah Husein, *Pokok-Pokok Pikiran Akuntansi Islam*, (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2001)
- Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 Tentang Minyak Dan Gas Bumi Pasal 1

Wawancara dengan Bapak Irwan, “Pedagang BBM Pertamina Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022)

Wawancara dengan Ibu Hamsa, “Pedagang BBM Pertamina Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022)

Wawancara dengan Ibu Rahma, “Pedagang BBM Pertamina Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022)

Wawancara dengan Ibu Rosalia, “Pedagang BBM Pertamina Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022)

Wawancara dengan Ibu Sutrisna, “Pedagang BBM Pertamina Digital” di Desa Kalukubula, (18 Oktober 2022)

Yusuf Muri, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*”, Edisi I, Cet.IV; Jakarta: Kencana, 2017

LAMPIRAN-LAMPIRAN



PEMERINTAH KABUPATEN SIGI
KECAMATAN SIGI BIROMARU
DESA KALUKUBULA

Jalan Guru Tua No. 176 Kalukubula, K.Pos : 94364, Tlp (0451) 4018380
Email: desakalukubulanagaya@gmail.com

SURAT REKOMENDASI

Nomor : 070/ 021 /Pem-DK

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **BURHANUDIN M PANTO**
Jabatan : Sekretaris Desa Kalukubula

Dengan ini menerangkan :

Nama : **SYAHRUTHIFAL**
NIM : 18.3.12.0080
Prodi : Ekonomi Syariah
Waktu Penelitian : 26 September 2022 - 26 November 2022

Bahwa benar telah sampai di Desa Kalukubula dan telah melaporkan tujuannya dalam penyusunan skripsi yang berjudul “ **Etika Bisnis Dalam Penetapan Harga Jual Bahan Bakar Minyak Pada Pertamina Digital di Desa Kalukubula**” berdasarkan surat masuk Nomor : 3982/UN24/FIV/PP.09/09/2022.

Demikian hal ini disampaikan untuk dipergunakan sebagaimana perlunya.

Kalukubula, 26 September 2022
a.n. Kepala Desa Kalukubula

SEKRETARIS


BURHANUDIN M PANTO

PEDOMAN WAWANCARA

1. Wawancara Kepada Pemilik Pertamina di Desa Kalukubula :
 - 1) Nama, umur, dan alamat usaha?
 - 2) Sudah berapa lama anda menjual BBM menggunakan Pertamina Digital?
 - 3) Berapa modal anda membuka Pertamina Digital? Dan dari mana anda memperoleh Pertamina Digital?
 - 4) Bagaimana mekanisme pembelian BBM?
 - 5) Bagaimana mekanisme penetapan harga jual BBM? Berapa anda menjualnya kekonsumen?
 - 6) Berapa banyak BBM yang di beli setiap kali belanja?
 - 7) Berapa keuntungan perharinya dalam penjualan BBM?
 - 8) Mengapa lebih memilih menjual BBM menggunakan Pertamina digital dibanding menjual BBM menggunakan botol ? Apa bedanya ?
 - 9) Apakah nozel pada Pertamina Digital dapat diubah sesuai keinginan dan apakah anda mencampur BBM dengan air ?
 - 10) Adakah pembeli yang komplain ?

DOKUMENTASI



Pengambilan Profil Desa Kepada Kaur Pemerintahan Desa



Wawancara Bersama Ibu Sutrisna Pedagang BBM Pertamina Digital



Wawancara Bersama Ibu Hamsa Pedagang BBM Pertamina Digital



Wawancara Bersama Ibu Rahma Pedagang BBM Pertamina Digital



Wawancara Bersama Ibu Rosalia Pedagang BBM Pertamina Digital



Wawancara Bersama Bapak Irwan Pedagang BBM Pertamina Digital

Perbandingan Ukuran BBM Eceran Menggunakan Pertamina Digital Dan Botolan



Ukuran BBM Pertamina digital



Ukuran BBM Botolan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

• BIODATA DIRI

Nama : Syahruthifal
Nim : 18.3.12.0080
Tempat/Tanggal Lahir : Kalukubula, 28 Desember 1999
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Kewarganegaraan : Indonesia



• ORANG TUA/WALI

1. Ayah

Nama : Mohammad Nawir, S.Pd.I
Umur : 53
Pekerjaan : PNS
Alamat : Desa Kalukubula

2. Ibu

Nama : Zuaeria S.Pd.I
Umur : 52
Pekerjaan : PNS
Alamat : Desa Kalukubula

• PENDIDIKAN

1. TK Alkhairaat Kalukubula 2005-2006
2. SDN 1 Kalukubula 2006-2012
3. SMPN 1 Palu 2012-2015
4. MAN 2 Palu 2015-2018
5. Tercatat Sebagai Mahasiswa Universitas Agama Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu Sejak 2018