

## NILAI KEJUJURAN DALAM PENETAPAN HARGA JUAL RESTORAN ONLINE GRABFOOD

Busrin Raihana Mas'ud<sup>1</sup>, Asrini Asrini<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Bisnis Digital, Universitas Ichsan Sidenreng Rappang

<sup>2\*</sup>Jurusan Akuntansi, Universitas Ichsan Sidenreng Rappang

e-mail: [busrinraihan21@gmail.com](mailto:busrinraihan21@gmail.com), [riniiasrini.ces@gmail.com](mailto:riniiasrini.ces@gmail.com)

Received: 25 April 2024

Revised: 23 Juli 2024

Accepted: 31 Agustus 2024

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana nilai kejujuran dalam penetapan harga jual pada restoran online grabfood Kota Makassar. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang menggunakan metode fenomenologi. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 5 Restoran yang terdaftar pada Aplikasi GrabFood di kota Makassar. Metode pengumpulan data dalam Penelitian ini adalah metode wawancara, observasi, dan library research atau kajian kepustakaan. Temuan penelitian ini adalah pada konsep harga jual berbasis *consistenct cost-plus pricing* pada restoran online grabfood ibu sukina terhadap penetapan harga jual sudah diterapkan secara konsisten dengan memperoleh keuntungan yang kecil karena sistem yang beliau pakai harga harus konsisten baik sebelum promo maupun setelah promo dari pihak grabfood dan harus ada nilai sedekah didalamnya. Penentuan harga yang diterapkan menjadi kewenangan Ibu Sukina. Sedangkan harga jual produknya telah ditetapkan secara konsisten walaupun harga di pasaran mengalami kenaikan. Kemudian pada konsep yang kedua yaitu *Consistency Market Mechanism* pada restoran online grabfood ibu sukina untuk harga jual yang telah terbentuk pada awal penetapan harga jual melalui mekanisme pasar beliau tidak menaikkan harga meskipun harga jual dipasaran mengalami kenaikan. Adapun Jenis kejujuran yang digunakan untuk merumuskan harga jual Islami dan sudah diterapkan pada restoran online ibu sukina meliputi kejujuran didalam berniat, kejujuran lahiriah dan kejujuran bathiniah.

**Kata kunci** : *consistenct cost-plus pricing, Consistency Market Mechanism*

### Abstract

*This study aims to analyze how the value of honesty is applied in setting selling prices at online restaurants on GrabFood in Makassar City. The type of research used is qualitative, employing a phenomenological method. The sample in this study consists of 5 restaurants registered on the GrabFood application in Makassar City. Data collection methods in this study include interviews, observations, and library research or literature review.*

*The findings of this study indicate that in the concept of selling price based on consistent cost-plus pricing at Ibu Sukina's online GrabFood restaurant, the selling price has been applied consistently, resulting in small profits because the system she uses requires the price to remain consistent both before and after promotions by GrabFood, and it must include a charitable value. The determination of prices is within the authority of Ibu Sukina. Meanwhile, the selling prices of her products have been set consistently, even though market prices have increased.*

*Furthermore, in the second concept, the Consistency Market Mechanism at Ibu Sukina's online GrabFood restaurant, the selling price established at the initial price-setting through market mechanisms has not been increased, even though market prices have risen. The types of honesty used to formulate Islamic selling prices and applied at Ibu Sukina's online restaurant include honesty in intention, outward honesty, and inner honesty.*

**Keywords** : *consistenct cost-plus pricing, Consistency Market Mechanism*

### PENDAHULUAN

Seiring dengan pemanfaatan perkembangan dan kemajuan teknologi informasi saat ini, keinginan dan kebutuhan hidup manusia semakin mudah untuk terpenuhi. Tidak

terkecuali oleh para pelaku usaha di bidang kuliner, mereka juga memanfaatkan Perkembangan dan Kemajuan teknologi ini dalam mengembangkan usahanya. Para pelaku usaha dibidang kuliner menghubungkan usahanya melalui jaringan online salah satunya pada aplikasi Grab. Aplikasi Grab merupakan aplikasi berbasis Online yang bisa diunduh melalui Smartphone Android dan IOS. Salah satu layanan yang terdapat pada Aplikasi Grab adalah fitur Grabfood.

Grabfood merupakan fitur pesan antar (*delivery*) untuk membelikan dan mengantarkan makanan pesanan kepada konsumen. Fitur tambahan yang ada pada layanan GrabFood di antaranya terdapat restoran terdekat untuk menemukan restoran yang posisinya paling dekat dengan konsumen atau pelanggan. Apabila pelanggan mempunyai keinginan khusus pada makanan yang dipesan, ada *Add note* untuk memperjelas pesannya. misalnya: sangat pedas, memakai bawang goreng, dan sebagainya.

Tidak semua Restoran dapat dipesan makanannya melalui fitur grabfood, hanya restoran yang bekerja sama dengan Grab dalam fitur Grabfood yang dapat dipesan makanannya. Restoran yang bekerjasama dengan perusahaan grab pada fitur grabfood dapat menerima pesanan apabila telah selesai diverifikasi oleh perusahaan Grab . Restoran yang terdaftar di grabfood memberikan imbalan/upah sebagai sewa jasa lapak dan fasilitas pemasaran kepada perusahaan grab. Imbalan/upah tersebut diperoleh oleh perusahaan grab dengan cara memotong 20%-30% dari setiap makanan yang terjual.

Makanan yang dipesan oleh konsumen melalui fitur Grabfood, secara otomatis akan terhubung dengan akun driver yang lebih dekat dengan restoran tempat konsumen memesan makanan. Apabila notifikasi pesanan sudah masuk ke akun driver maka Driver tersebut akan membelikan makanan sesuai dengan pesanan yang diaplikasi dan mengantarkan makanan tersebut ke tempat yang dituju. Konsumen yang telah menerima makanannya, wajib membayar makanan tersebut sesuai dengan nota/struk atau sesuai harga jual di aplikasi yang telah ditetapkan oleh pemilik restoran dan ditambah dengan biaya antar oleh Driver Grabfood.

Dalam menetapkan harga jual, yang harus dipertimbangkan adalah keuntungan jangka panjang dan jangka pendeknya. Jika para pelaku usaha ingin memperoleh keuntungan jangka panjang, maka yang harus dilakukan yaitu menetapkan harga jual dengan menanamkan kejujuran didalamnya. Karena berlaku jujur dalam menetapkan harga akan berdampak pada nilai kebenaran dan kebaikan umat manusia.

Sebaliknya, apabila tidak menanamkan kejujuran dalam menetapkan harga jual dan mengabaikan nilai kebenaran serta kebaikan umat manusia, Selain mendapatkan keuntungan jangka pendek juga dapat mendorong diri sendiri ke dalam jurang kehancuran saat sekarang atau di masa yang akan datang. Pelaku – pelaku usaha tidak akan disukai oleh pembeli jika melakukan Tindakan penetapan harga yang melanggar etika dalam berbisnis, bahkan nama baik restoran pun akan dijatuhkan oleh pembeli apabila tindakan tersebut terjadi.

Menurut Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar Dalam bukunya tentang etika bisnis, ia menunjukkan bahwa etika bisnis Islam didasarkan pada etika Al-Qur'an dan hadist, yang harus digunakan oleh siapa pun sebagai referensi dalam aktivitas bisnisnya. Nabi Muhammad Saw (Baidowi 2011). Mencontohkan kode etik bisnis antara lain kejujuran; membantu atau memberi manfaat kepada orang yang sadar akan makna sosial dari kegiatan bisnis; tidak curang; tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain supaya orang membeli kepadanya; tidak menimbun barang; tidak ada Monopoli; hanya menjual produk

komersial halal, bukan produk Haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dll; bisnis harus bebas dari riba; bisnis dilakukan sukarela dan tidak ada paksaan; upah dibayar sebelum kering keringat karyawan.

Etika keislaman dalam berdagang harus dijunjung tinggi karena Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam telah mengajarkan hal tersebut kepada Umatnya. Dan umatnya juga dilarang melakukan tindakan bathil terhadap aktivitas ekonominya. Tetapi kegiatan ekonomi yang dilakukan harus saling ridho.

Berdagang penting dalam Islam. Sebelum diangkat sebagai nabi, Allah Subhanahu wa ta'ala menunjuk Muhammad sebagai seorang pedagang yang sangat sukses. Muhammad bin Abdullah saat menjadi pedagang, beliau berlaku jujur sehingga dagangannya tidak merugi. Bahkan sebaliknya, menjadikan beliau sebagai pengusaha sukses. Maka dari itu, umat islam terkhusus pedagang hendaklah mencontohi beliau dalam berdagang karena inilah yang Allah Subhanahu wa ta'ala ajarkan.

Kejujuran merupakan Sifat yang sangat penting bagi pedagang yang diridhoi Allah. Ada sebuah hadist yang mengatakan. "Perdagangan yang jujur dan dapat dipercaya (penuh amanah) adalah bersama nabi, orang-orang yang membenarkan risalah nabi saw. (shiddiqin), dan para syuhada (orang yang mati syahid)." (HR at-Tarmidzi dari Abu Sa'id al-Khurdi) faktor penyebab keberkahan bagi pedagang dan pembeli adalah kejujuran. Transaksi mereka diberkati apabila mereka jujur dan menjelaskan yang sebenarnya. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti akan menganalisis bagaimana nilai kejujuran dalam penetapan harga jual pada restoran online grabfood Kota Makassar.

Aktivitas bisnis bisa berjalan harmonis dan menciptakan kebaikan dalam kehidupan, apabila bisnis terwarnai dengan nilai- nilai etika. Menurut Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar Dalam buku etika bisnis karangannya mengatakan jika etika bisnis Islam merupakan norma- norma etika yang berbasiskan Al- Quran serta Hadist yang wajib dijadikan acuan oleh siapapun dalam kegiatan bisnisnya. Dalam Al-Qur'an, ada sekitar 370 ayat yang menunjukkan kepada kita, khususnya umat Islam cara berbisnis dengan dasar etika, dan larangan yang secara tegas melarang kita melakukan kesalahan tertentu (Hakim, 2012).

Nabi Muhammad SAW adalah suri tauladan umat manusia di dunia, dan etika beliau dapat dijadikan sebagai sumber referensi etika dalam bisnis. Dalam tinjauan sejarah, Nabi Muhammad dikenal sebagai pelaku bisnis yang sangat sukses. Oleh karena itu, dalam kajian etika bisnis, sangat perlu untuk mengkaji perilaku bisnis Nabi Muhammad SAW semasa hidupnya. Dibesarkan oleh Halimah Assa'diyah sejak kecil hingga dewasa, mental pekerja keras Nabi Muhammad telah dibentuk. Saat itu, Nabi Muhammad berusia 4 tahun menggembalakan domba bersama Anak-anak Halimah. Pengalaman inilah yang setelah itu dijadikan sebagai pekerjaan menggembala kambing kepunyaan penduduk Makkah (Saifullah n.d. 2011)

Panduan etika dalam bisnis yang sudah dicontohkan Nabi Muhammad Saw (Baidowi 2011). Mencontohkan kode etik bisnis antara lain kejujuran; membantu atau memberi manfaat kepada orang yang sadar akan makna sosial dari kegiatan bisnis; tidak curang; tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain supaya orang membeli kepadanya; tidak menimbun barang; tidak ada Monopoli; hanya menjual produk komersial halal, bukan produk Haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dll; bisnis harus bebas dari riba; bisnis dilakukan sukarela dan tidak ada paksaan; upah dibayar sebelum kering keringat karyawan.

Dalam ajaran Islam, etika kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Nabi Muhammad sangat menganjurkan kejujuran, karena kejujuran

merupakan syarat dasar dari aktivitas bisnis. Beliau bersabda, “tidak diperbolehkan muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib kecuali dia menjelaskan aibnya,” (H.R. Al-Quzwani). “Siapa yang menipu kami, maka dia bukan golongan kami,” (H.R. Muslim). Nabi Muhammad sendiri selalu jujur dalam berbisnis, beliau melarang pedagang meletakkan barang busuk di bagian bawah dan barang baru di bagian atas.

Seorang pebisnis dalam menetapkan harga haruslah berlaku jujur agar dapat memperoleh keuntungan jangka panjang. Dengan berlaku jujur akan berdampak juga pada nilai - nilai kebenaran serta kebaikan umat manusia. Dan pebisnis akan memenangkan persaingan apabila dia berbisnis dengan kejujuran. Jika para wirausaha tersebut tidak dapat menegakkan kejujuran maka pelanggan akan kecewa dan lama kelamaan usaha tersebut akan gulung tikar dikarenakan para pelanggan tidak puas dan merasa dibohongi saat melakukan transaksi jual beli (Yeti, 2019). Hasil survei James Mc. Kouzes dan Barry Z. Postner tahun 1997 dan 1993 juga menunjukkan bahwa karakter kejujuran merupakan peringkat pertama seorang CEO untuk meraih keberhasilan (Agustian, 2004:77)

(Hendrikcs dan Ludeman, 2003:2) mengatakan bahwa kesuksesan mistikus perusahaan menganggap kejujuran sebagai rahasia utama kesuksesan. Mereka berpegang pada pendapat ini karena pada dasarnya tidak ada orang yang suka dibohongi, apalagi menghabiskan waktu dan tenaga untuk menganalisa apakah perkataan dan tindakan orang itu jujur

Allah SWT berfirman dalam QS. At-Taubah/9: 119:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

119. Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah, dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar

Nilai kejujuran dalam berbisnis dijunjung tinggi oleh Nabi Muhammad Saw sehingga keuntungan yang sangat besar sukses diraih oleh beliau yang tidak pernah dicapai oleh pedangang sebelumnya (Waliam, 2000). Terdapat 3 nilai kejujuran yang bisa diterapkan agar dapat berhasil dalam berusaha, ialah kejujuran berniat, kejujuran lahiriah, dan kejujuran batiniah (Suharlina, 2020). Ketiga jenis kejujuran tersebut ialah satu kesatuan yang membentuk kemaslahatan baik pada diri sendiri ataupun lingkungannya.

Dalam ajaran Islam tidak ada aturan dasar mengenai besarnya keuntungan yang di dapatkan dalam setiap transaksi bisnis. Walaupun demikian, al-Ghazali menganjurkan kepada setiap penjual untuk tidak mengambil keuntungan yang terlalu besar. Kisaran keuntungan yang dianjurkan sebaiknya antara 5% sampai 10% dari harga belinya. Barang siapa yang puas dengan keuntungan yang kecil niscaya banyak pembelinya, sehingga akhirnya ia mendapatkan untung yang besar dan mendapat berkah (Qardhawi, 2000a: 182).

Nabi Muhammad juga tidak pernah mematok besarnya keuntungan yang diperbolehkan untuk setiap penjual. Ini dapat terlihat dari dua pengalaman, yang pertama Keuntungan 100% yang didapatkan oleh pedangang, Nabi Muhammad tidak keberatan bahkan memuji pedagang tersebut. Kedua sebagai kepala pemerintahan, Nabi Muhammad tidak mau mencampuri harga yang terjadi di pasaran selama harga tersebut terjadi secara normal.

Berhubungan dengan harga jual yang berubah dalam perspektif nilai kejujuran Islami menunjukkan bahwa, Penjual tidak boleh merevisi harga jual yang telah ditetapkan oleh

penjual untuk menaikkan harganya. Dilihat dari sudut pandang nilai kejujuran Islami, Penjual tidak diperkenankan untuk menaikkan harga meskipun pembeli bersedia (ridha) menerima perubahan harga tersebut karena penjualan semacam ini telah melanggar niat yang telah di ikrarkannya. Hal semacam ini pernah dialami oleh Yunus bin Ubaid yang tidak mau menjual produknya di atas harga jual yang telah ia tetapkan, walaupun pembeli setuju (ridha) terhadap harga tersebut.

Dilihat dari konteks kejujuran Islami, harga tidak boleh dinaikkan dari harga sebelumnya walaupun dengan alasan adanya kenaikan permintaan. Harga jual tetap tidak boleh dinaikkan setelah harga sudah ditetapkan, meskipun akan meningkatkan keuntungan materi. Sama dengan kejujuran lahiriah, yaitu bersatunya niat/perkataan dengan perbuatan. Jadi, yang mempengaruhi harga yaitu hukum permintaan dan penawaran tidak sepenuhnya berlaku, terutama pada saat jumlah permintaan lebih besar dari jumlah penawaran yang akan berdampak pada kenaikan harga jual.

Dari penjelasan di atas, konsep harga jual berbasis nilai kejujuran yang bisa digunakan, adalah:

- a. Penentuan harga jual berdasarkan harga pokok ditambah mark-up yang diterapkan secara konsisten yang disebut sebagai Consistency Cost-Plus Pricing. Mark-up yang besar dipengaruhi oleh besarnya biaya operasi (biaya pemasaran dan administrasi umum) ditambah margin yang diharapkan. Tidak ada batasan atas besarnya margin dan penentuan besarnya margin tersebut menjadi kewenangan penjual. Sedangkan penerapan secara konsisten adalah menerapkan harga jual produk yang telah ditetapkan secara konsisten walaupun harga di pasaran mengalami kenaikan. Tetapi, apabila biaya masukannya mengalami kenaikan, maka harga jual bisa dinaikkan. Pengecualian ini dibenarkan terhadap harga jual yang konsisten.
- b. Harga jual yang telah terbentuk pada awal penetapan harga jual melalui mekanisme pasar tidak boleh mengalami kenaikan harga meskipun harga jual dipasaran mengalami kenaikan yang disebut sebagai Consistency Market Mechanism (Mekanisme pasar bersyarat). Hal ini terkecualikan apabila terjadi kenaikan biaya masukan, maka harga jualnya dapat menyesuaikan.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang menggunakan metode fenomenologi. Metode fenomenologi ini dipilih karena dianggap sesuai dengan penelitian penulis, yang akan dipakai untuk melihat bagaimana nilai kejujuran dalam penetapan harga pada resto online grabfood kota makassar.

Populasi dalam penelitian ini adalah Restoran yang terdaftar pada aplikasi Grabfood yang berada di kota makassar. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 5 Restoran yang terdaftar pada Aplikasi GrabFood di kota Makassar.

Sumber data yang digunakan berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi terhadap pemilik restoran online grabfood di kota Makassar. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku, jurnal, internet dan bahan pustaka lainnya yang membahas tentang nilai kejujuran dalam penetapan harga jual restoran online grabfood.

Teknik pengumpulan data sering juga disebut dengan metode pengumpulan data, dalam metode ini yang digunakan dalam pengumpulan data adalah metode wawancara, observasi, dan library research atau kajian kepustakaan. Teknik kajian pustaka ini menelusuri Sumber yang berkaitan dengan Nilai kejujuran dalam penetapan harga jual pada restoran online grabfood .

Sedangkan wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur. Dengan wawancara tidak terstruktur ini, penulis tidak menggunakan pedoman wawancara secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data mengenai nilai kejujuran dalam penetapan harga jual pada restoran online grabfood. Wawancara ini dilakukan kepada pemilik restoran online Grabfood di Kota Makassar.

Metode observasi yang digunakan peneliti adalah metode observasi partisipan. Dalam observasi ini, peneliti terlibat langsung dalam kehidupan yang diamati, dan analisis data yang digunakan adalah fenomenologi. Menurut Cresswell (1998), fenomenologi menggunakan wawancara dengan sejumlah individu tertentu untuk menjelaskan suatu fenomena dan maknanya kepada individu. Selain itu, dikaitkan dengan prinsip-prinsip filosofis fenomenologi, dan penelitian ini diakhiri dengan esensi dari makna.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Hasil dan Pembahasan*

#### **Gambaran Umum Objek Penelitian**

Ayam Geprek dan Ikan Bakar - Ballaparang merupakan sebuah bisnis makanan yang menyediakan berbagai menu olahan ikan dan ayam yang berlokasi di jl. Rappocini Raya Lr. 3, Ballaparang, Rappocini, Kota Makassar. Untuk menunjang kebutuhan para konsumen melalui online store menggunakan akun Grabfood Merchant bernama Ayam Geprek dan Ikan Bakar – Ballaparang. Ayam Geprek dan Ikan Bakar - Ballaparang terbentuk dari seorang ibu rumah tangga yang hobby memasak dan ingin mengembangkan hobbynya tersebut tanpa harus menyewa tempat .

Melihat adanya peluang bisnis yang lebih menguntungkan dan juga banyaknya permintaan dari masyarakat sekitar untuk meningkatkan penjualan, melalui aplikasi Grabfood merchant, pada bulan November 2018 pemilik Ayam geprek dan Ikan Bakar memutuskan untuk bergabung dengan menjadi mitra grabfood merchant . Bagi Konsumen hal ini lebih efisien karena mempersingkat waktu dan juga biaya transport apabila harus datang langsung ke lokasi. Dan bagi pemilik restoran ini juga lebih efektif & efisien karena tidak mesti menyewa tempat untuk membuka usaha tersebut cukup dari rumah saja bisa membuka bisnis makanan.

Ayam Geprek dan Ikan Bakar - Ballaparang didirikan oleh ibu Sukina sekaligus Owner atau pemilik Restoran Ayam Geprek dan Ikan Bakar - Ballaparang ini. Adapula beberapa pihak yang terlibat dalam proses penjualan yakni, 3 pegawai yang merupakan anak dari pemilik restoran sendiri bernama Hamka, Alfian, Ahmad yang masing – masing memiliki jam kerja *part time* atau sistem kerja gantian dan 1 orang pegawai bernama Andre khusus jam kerja dari jam 12 malam sampai jam 6 pagi.

Melihat peluang dari Penjualan makanan tersebut dan kebetulan pada saat itu sudah mau memasuki bulan suci Ramadhan, Ibu sukina kemudian bergabung lagi menjadi mitra grabfood dengan mendaftarkan 2 restoran sekaligus yaitu ayam geprek Fatimah dan Warung Pisang Ijo Fatimah pada bulan Maret 2019 dengan alamat yang sama dari restoran yang pertama kali dibuka. Menu yang ada di Ayam geprek Fatimah hampir sama dengan Menu yang ada di Ayam geprek ikan bakar. Sedangkan Warung pisang ijo Fatimah merupakan bisnis makanan yang menjual aneka jajanan bulan puasa seperti pisang ijo, dadar santan, es pallubutung dan aneka gorengan. Pekerja dari kedua restoran tambahan tersebut sama dengan pekerja dari resto yang pertama dibuka.

Tidak sampai disitu pada tahun 2020 ibu sukina membuka atau membuat resto baru lagi di tempat atau lokasi yang sama yaitu di jl Rappocini lr.3 , Ballaparang dengan

bekerja sama lagi dengan grab merchant .Tidak tanggung – tanggung 2 Restoran lagi yang di daftarkan yaitu. Ayam Geprek dan Lalapan Monginsidi dan Burger & Pisang Nugget Queen. Menu yang ada di Ayam Geprek dan Lalapan Monginsidi Hampir sama dengan menu dari Resto Lainnya hanya yang membedakan ada menu Ayam Lalapannya. Sedangkan Untuk Burger & Pisang Nugget, Menu yang terdapat pada resto ini aneka pilihan burger seperti burger original, burger sapi, burger keju & burger. Pekerjaanya pun tetap sama dengan resto yang sebelumnya.Selain itu pada tahun 2022 ibu sukina kembali membuka resto lagi yaitu ikan bakar turatea – ballaparang dan menunya pun sama dengan menu resto sebelumnya. Adapun Daftar Restoran Online milik Ibu sukina bisa dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1**  
**Daftar Nama Resto**

No	Tahun Berdiri	Nama Resto
1.	2018	Ayam Geprek & Pisang Nugget – pelita 4
2.	2019	Ayam Geprek Fatimah
3.	2019	Warung Pisang Ijo Fatimah
5.	2020	Ayam Geprek & Lalapan Monginsidi
6.	2020	Burger & Pisang Nugget Queen
7.	2022	Ikan Bakar Turatea

## Hasil

### *Penetapan Harga Jual Pada Resto Online ibu Sukina*

Dalam menetapkan harga jual makanan di platform *online grabfood*, Terlebih pada saat promo menjadi sangat krusial agar penjual tetap bisa mendapatkan keuntungan yang baik. Maka dari itu, diperlukan perhitungan dan juga strategi yang cukup mumpuni. Menurut Alfian selaku Anak dari Ibu Sukina yang merupakan Owner dari Restoran, hal pertama yang perlu dilakukan adalah menentukan harga jual offline terlebih dahulu. *“Untuk menentukan harga jual offline dulu biasanya kita mengikuti harga yang sama dengan restoran – restoran yang sudah ada bahkan kami terkadang masih mengurangi harga yang ada dipasaran untuk menetapkan harga offline makanan kami (untuk jadi harga offline). Setelah itu, baru kami bisa menentukan harga jual produk di platform online. Caranya adalah mempertimbangkan komisi. Dengan jumlah komisi yang dipotong dari penjualan di platform online grabfood sebesar 20 persen . Maka kami bisa menetapkan harga jual online dengan cara Harga offline dikali 20 persen. “Itu biasanya kalau dipotong komisi, sudah seharga offline, Jelas Alfian.*

Sementara untuk menetapkan harga promo, ibu sukina tetap memasukkan harga yang sama tanpa menaikkan harga dari yang sebelumnya, beliau mengatakan walaupun untungnya tidak terlalu banyak yang penting jualannya laku dan laris dan insya allah ada nilai sedekah di dalamnya. *Jadi pada saat ada promo dari grabfood untuk konsumen, harga yang berada di aplikasi kami tidak naikkan. Harga yang tertera itu tetap sama pada saat mengikuti promo dari grabfood maupun tidak mengikuti promo Bahkan terkadang kami juga membuat diskon atau potongan harga tersendiri biasanya sekitar 5% sampai 10% dari harga jual yang ada di aplikasi grabfood. Ini dilakukan agar jualannya laku dan laris. Masalah harga yang penting kita sudah kembali modal dan memperoleh untung walaupun tidak banyak karena kita juga ingin konsumen dari kelas*



*bawah sampai atas bisa menikmati makanan yang kami jual dengan harga yang cukup terjangkau. Papar Alfian.*

### **Nilai kejujuran dalam penetapan Harga Jual**

Praktek bisnis yang diterapkan oleh Ibu Sukina yaitu mengenai kejujuran, higienitas produk, dan keterbukaan. Menurut beliau kejujuran dalam berbisnis akan meningkatkan efisiensi dan kualitas Produksi. Ibu Sukina mengatakan *kami selalu memeriksa setiap produk yang dihasilkan sebelum diserahkan ke pembeli. Jika ada yang rusak atau cacat kami menggantinya dengan yang baru. Kami tidak ingin memberikan produk yang rusak atau cacat, semaksimal mungkin kami memberikan produk yang baru.* Alfian juga menambahkan *“Kalau ada bahan yang rusak seperti ayam tidak segar karena sudah lama di freezer maka kami tidak akan mengelohnya. Meskipun bisa dimanipulasi untuk dijual sehingga layak untuk dikonsumsi. Demikian juga dengan makanan – makanan yang lainnya jika rusak maka kami tidak akan menjualnya. Kami hanya menyediakan makanan yang higienis dan layak untuk dikonsumsi. Begitupun pada saat ada konsumen yang memesan makanan yang ternyata sudah habis, maka kami konfirmasi terlebih dulu kepada customer. Seperti Customer memesan ayam yang bagian paha ternyata yang ada cuman bagian dadanya, maka kami tidak langsung membuat tanpa dikonfirmasi terlebih dulu kepada customer atau pelanggan.*

Ibu sukina memperlihatkan pentingnya mempraktikkan nilai kejujuran dalam berbisnis agar bisa bertahan dan berkembang, sebagaimana nabi Muhammad menjunjung tinggi nilai kejujuran yang menyebabkan beliau berhasil dalam memperoleh keuntungan yang sangat besar yang sebelumnya tidak pernah dicapai oleh pedagang siapapun (Waliam, 2018). Nilai kejujuran yang diterapkan mendorong transparansi terhadap kualitas makanan yang dijual. Akibatnya pengusaha akan bekerja sesuai standar yang tidak memerlukan adanya pengawasan karena pengawasan ada pada dirinya. Kejujuran yang diterapkan oleh Ibu sukina sesuai dengan pendapat Fuller (1994) yang menyatakan bahwa kejujuran bukan hanya sebagai aspek estetis tetapi juga aspek moral.

Pada dasarnya ada tiga jenis kejujuran yang dapat digunakan dalam berusaha agar terjadi kemaslahatan baik pada diri pedagang maupun lingkungannya, yakni kejujuran berniat, kejujuran lahiriah, serta kejujuran batiniah (al-mishri (2008:24-8). Kejujuran di dalam berniat ialah komitmen kepada sang pencipta untuk melaksanakan sesuatu sesuai dengan yang dicita-citakannya. Seperti dalam menetapkan harga jual yang telah diniatkan untuk menciptakan kepastian dalam usahanya. Jika kita telah menanamkan niat untuk jujur di dalam diri kita untuk kelangsungan usaha. Maka itu berarti kita telah sadar bahwa seluruh aktivitas bukan hanya mengejar kekayaan dunia melainkan untuk kemaslahatan di akhirat kelak.

Selain itu, penerapan kejujuran lahiriah di dalam usaha mengandung arti bahwa usaha akan memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan. Contohnya penyelesaian suatu pekerjaan merupakan pegangan awal untuk menguji kejujuran kelak (Fuller 1994 dan Bewes 2000). Pengusaha akan di cap jujur apabila menyelesaikan pekerjaan tepat waktu, Namun apabila yang terjadi adalah sebaliknya maka pengusaha akan mendapat predikat pendusta atau pembohong. Ibu Sukina mengatakan bahwa kejujuran dalam berbisnis merupakan syarat penting dalam menjalankan usaha. *“Kejujuran menurut kami itu sangat penting jika usaha ingin lancar dan berbohong kepada pembeli juga tidak ada untungnya menurut kami malah akan menghilangkan kepercayaan kepada kami. Contohnya seperti pada saat kami menerima orderan dalam porsi yang banyak, maka apapun yang terjadi orderan tersebut harus terpenuhi dari segi kualitas maupun waktu. Meskipun terkadang*



*kami terkendala di bahan bakunya seperti orang mengorder 40 paket ayam geprek yang tersedia hanya ada 30 paket, maka kami mengkonfirmasi terlebih dahulu jika customer ingin menunggu maka kami buat 10 paket lagi karena ayam tersebut harus melalui beberapa proses sampai jadi makanan yang siap untuk disajikan. Padahal kami bisa saja membuatnya tanpa mengkonfirmasi terlebih dahulu. Tapi prinsip kami kejujuran berbisnis dalam segi kualitas dan waktu itu yang lebih penting, karena kami juga menjaga kepercayaan customer dengan cara seperti itu maka hidup kami juga akan lebih tenang dalam berbisnis.*

Konsep Kejujuran lahiriah juga memiliki arti jika produsen tidak bisa menaikkan harga jual yang sudah ditetapkan walaupun harga dipasaran telah mengalami peningkatan. Apabila pengusaha mengikuti peningkatan yang terjadi di pasaran berarti ia sudah melakukan pengingkaran atas hasrat yang sudah diikrarkan dan itu berarti melakukan ketidakjujuran di dalam penetapan harga. Selain itu, menurut Samdin (2007: 112- 3) apabila penjual mengatakan kerugian atas tawaran pembeli (yang sesungguhnya telah terdapat keuntungan di dalamnya) serta penjual senantiasa menjualnya pada harga penawaran pembeli ataupun menaikkan sedikit diatas penawaran harga jual maka, penetapan harga jual demikian memiliki faktor ketidakjujuran. Yang mana kejujuran tersebut cuma diketahui oleh penjual. Dari uraian konsep kejujuran lahiriah ini serta menyimak pengalaman ibu sukina bisa disimpulkan bahwa tidak terdapat penyesuaian harga jual atas produk yang sudah ditetapkan harga jualnya walaupun harga dipasar sudah dinaikkan.

Sedangkan implementasi kejujuran bathiniah di dalam berbisnis menjadikan Tuhan menjadi pelanggan utama bukan pemimpin/pemilik perusahaan atau pelanggan manusia yang harus dipatuhi. Ibu sukina mengatakan *"kami bisa saja menjual ayam yang tidak segar karena kami bisa mengolahnya atau memanipulasi agar terlihat baik. Tetapi kalau kami berbuat demikian, ada tekanan batin karena selain kami membohongi pelanggan hal ini juga bertentangan dengan kemauan Allah"*. Seseorang yang bekerja dengan tingkat kejujuran seperti ini bukan hanya memperoleh hasil sesuai perjanjian dengan pelanggan melainkan mendapat hasil yang tak terhingga nilainya sekarang dan masa yang akan datang baik semasa hidupnya maupun diakhirat kelak.

## **Pembahasan**

Seperti yang diuraikan sebelumnya bahwa tidak terdapat ketentuan baku dalam Islam tentang besarnya keuntungan dalam tiap melaksanakan transaksi bisnis. Penetapan harga jual yang dilakukan oleh sahabat Rasulullah ada yang memperoleh keuntungan kecil ada pula yang memperoleh keuntungan besar namun tidak dipersoalkan oleh beliau selama tidak berlawanan dengan ajaran beliau. Ibu sukina sebagai owner resto mendapatkan untung yang kecil sebab terdapat niat sedekah didalamnya. Metode penetapan harga yang dilakukan ibu sukina tersebut tidak berlawanan dengan ajaran Islam sebab didalam Islam tidak mempunyai ketentuan baku tentang besarnya keuntungan. Didalam konsep harga jual *consistency cost- plus pricing* tidak mempersoalkan besarnya keuntungan yang diharapkan selama tidak memanfaatkan kelemahan pelanggan namun kekonsistenan dalam menetapkan harga jual.

Sedangkan di dalam penetapan harga jual berdasarkan pada *Consistency market mekanism* juga menghendaki kekonsistenan di dalam penetapan harga jual. Perbedaannya terletak pada dasar penetapannya. Harga jual awal didasarkan pada harga pasar waktu itu. Perhatian utama pada konsep kedua ini bukan pada besarnya keuntungan yang diharapkan namun harga jual wajar yang berlaku di pasar pada awal produk memasuki pasar. Dalam

konsep harga jual ini, tidak ada artinya mengharapkan laba yang besar sedangkan harga jual tidak kompetitif dipasaran. Sementara itu, didalam penetapan harga jual bersumber pada mekanisme pasar keseimbangan menghendaki terdapatnya perlakuan yang etis guna memperoleh keuntungan sehingga tidak merugikan pembeli.

Berdasarkan hasil analisis tersebut diatas, maka konsep harga jual berbasis *consistenct cost-plus pricing* pada restoran ibu sukina terhadap Penetapan harga jual sudah diterapkan secara konsisten dengan memperoleh keuntungan yang kecil karena sistem yang beliau pakai harga harus konsisten baik sebelum promo maupun setelah promo dari pihak grabfood dan harus ada nilai sedekah didalamnya. Penentuan harga yang diterapkan menjadi kewenangan Ibu Sukina. Sedangkan harga jual produknya telah ditetapkan secara konsisten walaupun harga di pasaran mengalami kenaikan. Kemudian mengenai *Consistency Market Mechanism* (Mekanisme pasar bersyarat) pada restoran ibu sukina untuk harga jual yang telah terbentuk pada awal penetapan harga jual melalui mekanisme pasar beliau tidak menaikkan harga meskipun harga jual dipasaran mengalami kenaikan.

## KESIMPULAN

Berlaku jujur dalam menetapkan harga dengan tidak memperlmainkan atau mengikuti harga yang terjadi di pasaran yang dapat merugikan masyarakat merupakan perbuatan terpuji. Terdapat dua konsep harga jual berbasis nilai kejujuran yang bisa digunakan yaitu *consistency cost-plus pricing* dan *Consistency market mekanism*. Pada konsep harga jual berbasis *consistenct cost-plus pricing* pada restoran online grabfood ibu sukina terhadap Penetapan harga jual sudah diterapkan secara konsisten dengan memperoleh keuntungan yang kecil karena sistem yang beliau pakai harga harus konsisten baik sebelum promo maupun setelah promo dari pihak grabfood dan harus ada nilai sedekah didalamnya. Penentuan harga yang diterapkan menjadi kewenangan Ibu Sukina. Sedangkan harga jual produknya telah ditetapkan secara konsisten walaupun harga di pasaran mengalami kenaikan.

Kemudian Pada konsep yang kedua yaitu *Consistency Market Mechanism* pada restoran online grabfood ibu sukina untuk harga jual yang telah terbentuk pada awal penetapan harga jual melalui mekanisme pasar beliau tidak menaikkan harga meskipun harga jual dipasaran mengalami kenaikan. Adapun Jenis kejujuran yang digunakan untuk merumuskan harga jual Islami dan sudah diterapkan pada restoran online grabfood ibu sukina meliputi kejujuran didalam berniat, kejujuran lahiriah dan kejujuran bathiniah. Kejujuran di dalam berniat mengandung arti bahwa harga jual yang telah ditetapkan melalui niat meskipun harga jual dipasaran telah mengalami kenaikan. Kejujuran lahiriah mengandung arti bahwa jika terjadi perubahan harga jual maka penjual harus menjelaskan kepada pelanggan alasan perubahan tersebut. Sementara kejujuran bathiniah bahwa harga yang ditetapkan tidak ada unsur mendzalimi pelanggan akibat ketidakberdayaannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Ary Ginanjar. 2004. *Rahasia Sukses Membangkitkan ESQ Power: Sebuah Inner Journey Melalui Al-Ihsan*. Arga. Jakarta
- Alimuddin dan Iwan Triyuwono et al. 2011. *Konsep Harga Jual Kejujuran. Meraih Keuntungan Menggapai Kemaslahatan*. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. 2 (1). 70-90

- Al-Mishri, Mahmud. 2008. *Hiduplah Bersama Orang-orang Jujur; Langkah Mudah Menikmati Hidup Penuh Berkah*. Pustaka Arafah. Solo.
- Badri, Muhammad Arifin Bin. 2008. *Sifat Perniagaan Nabi Shallallahu‘alaihiwasallam*. Pusta Darul Ilmi. Bogor.
- Baidowi, Aris. (2011). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. JHI, Volume 9, Nomor 2.
- Bewes, T. 2000. What is Piolo sophical Honesty in Post modern Literature? *New Literature History*. Vol 31 Hal 421-34
- Business, O. F. I. (2012). *Islamic Business Managers*. VI (2), 3–5.
- Colaizzi, P.F. (1978). *Phychological Research as the Phenomenologist Viws it*. In R. Vaile & M. King (Eds.). *Existential Phenomenological alternatives for Psychology*, pp. 48-71. New York: Oxford University Press.
- Creswell, J.W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Tradition*. London: Sage Publications
- <https://www.kompas.com/food/read/2021/07/03/142419575/tips-tentukan-harga-jual-makanan-online-saat-promo-agar-tetap-untung?page=all>.
- Hakim, R., & Syaputra, E. (2013). *Business As Al-Amanah And The Responsibilities of Islamic Business Managers*. *La\_Riba*, 6 (2), 199-210.
- Hendricks, Gay, dan Kate Ludeman. (2003). *The Corporate Mystic: Sukses Berbisnis dengan Hati*. Terjemahan Fahmy Yamani. Kaifa, PT Mizan Pustaka. Bandung
- Muhammad Djakfar, (2012). *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 29
- Samdin, (2007). *Pemahaman Modal Dalam Praktek Dagang Masyarakat Muslim Gu-Lakudo di Sulawesi Tenggara*. Disertasi Program doktor ilmu Ekonomi Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya. Malang
- Saifullah, M. (2011). *Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*. 19, 127–156.
- Suharlina, S. (2020). *Transaksi Jual Beli Produk Grabfood Dalam Perspektif Maqashid Al- Shari ' ah di Kabupaten Banyuwangi*. 07(01).
- Waliam, A. (2017). *Upah Berkeadilan Ditinjau dari Perspektif Islam*. Vol. 5, No. 2, 265–292.
- Yeti, (2020) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir Grabfood Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu*.