

**ANALISIS DAMPAK *PREDATOR PRICING* PADA PEDAGANG
TELUR AYAM DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Di Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih
Kabupaten Batang)**

SKRIPSI

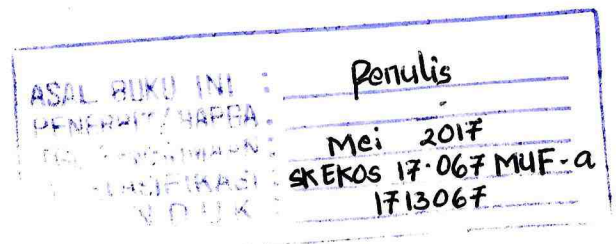
Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S₁)
dalam Ilmu Ekonomi Syariah



Oleh :

ALI MUFTI

NIM : 231308019



**PRODI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) PEKALONGAN**


2016

PERNYATAAN

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “*Analisis Dampak Predator Pricing Pada Pedagang Telur Ayam Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang)*” ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan rujukan.

Pekalongan, 26 Oktober 2015

Yang menyatakan


ALI MUFTI
NIM : 231308019

Dr. Susminingsih, M.Ag
Griya Tirto Indah Gg.2 No.62
Pekalongan

Abdul Hamid, M.A
Jl. Kertijayan No. 35 Buaran
Pekalongan

NOTA PEMBIMBING

Lampiran : 4 (empat) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
An. Ali Mufti

Kpd Yth.
Ketua STAIN Pekalongan
c/q Ketua Jurusan Syari`ah
Di_
Pekalongan

Assalamu`alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan koreksi dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan Naskah Skripsi Saudara :

Nama : Ali mufti
NIM : 231308019
Jurusan : Syari`ah
Prodi : Ekonomi syari`ah
Judul Skripsi : **ANALISIS DAMPAK PREDATOR PRICING PADA PEDAGANG TELUR AYAM DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Di Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang)**

Dengan ini kami mohon agar skripsi saudara tersebut dapat dimunaqasahkan.

Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu`alaikum Wr. Wb

Pembimbing

Dr. Susminingsih, M.Ag
NIP. 19750211998032001

Pembimbing 56.10

Abdul Hamid, M.A
NIP. 1978062901101103



**KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) PEKALONGAN**

Jln. Kusuma Bangsa No. 9 Telp (0285) 412575- 412572 Fax. 423418
Website: www.stain-pekalongan.ac.id/Email: info@stain-pekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pekalongan
mengesahkan Skripsi Saudara :

Nama : **ALI MUFTI**
NIM : **231308019**
Judul Skripsi : **ANALISIS DAMPAK PREDATOR PRICING PADA
PEDAGANG TELUR AYAM DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus di Kelurahan
Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang)**

Yang telah diujikan pada hari Kamis tanggal 5 November 2015 dan
dinyatakan lulus serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Strata Satu (S₁) dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Dewan Penguji,

Penguji I

Dra. Rita Rahmawati, M.Pd
NIP. 19650330 199103 2 001

Penguji II

Aenurofik, M.A
NIP. 1982012 201101 1 001

Pekalongan, 5 November 2015

Ketua



Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M. Ag
NIP. 19710315 199803 1 005

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan karyaku ini kepada Allah SWT dan Rasul-Nya dengan suatu harapan *ridho illah dan syafaat rasulillah*. Dan dengan penuh hormat dan rasa cinta serta kasih sayang yang tulus, kupersembahkan Skripsi ini untuk orang-orang yang senantiasa mendo'akan kesuksesan saya dan memberikan semangat dalam hidup saya, khususnya untuk:

- ❖ Ayahanda Nasikhin dan Ibunda Ni'ah tercinta terima kasih karena telah membesarkanku dengan penuh kasih sayang dan memberikan dukungan serta motivasi baik moril maupun materiil dalam penyusunan Skripsi ini;
- ❖ Adiku tersayang, yang selalu menemani dan memberikan keceriaan di rumah;
- ❖ Dosen pembimbingku, terima kasih banyak atas bimbingan yang diberikan selama proses penyusunan Skripsi ini;
- ❖ Seluruh teman-teman seperjuangan mahasiswa Jurusan Syari'ah Ekonomi Islam, khususnya, yang selalu memberikan support dan keceriaan dalam perkuliahan sehari-hari;
- ❖ Seluruh teman-teman Himpunan Mahasiswa Jurusan Syari'ah Ekonomi Islam Periode 2008 – 2009, yang telah membantu saya dalam mengembangkan HMPS Ekonomi Islam di STAIN Pekalongan;
- ❖ Pihak-pihak yang telah berpartisipasi dalam penyusunan Skripsi ini, Sege nap civitas akademika STAIN Pekalongan, terima kasih untuk semuanya.

MOTTO

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

(Q.S An Nisaa' :29)

ABSTRAK

Ali Mufti. 2015. ANALISIS DAMPAK *PREDATOR PRICING* PADA PEDAGANG TELUR AYAM DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Di Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang) Skripsi Jurusan Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pekalongan. Pembimbing : Dr.Susminingsih M.Ag dan Abdul Hamid M.A
Kata Kunci : *predator pricing*

Predator Pricing adalah salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjual produk dengan harga yang sangat rendah, dengan tujuan untuk menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar dan juga mencegah pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaing untuk masuk ke dalam pasar yang sama. Kurangnya pemahaman dari warga masyarakat terhadap etika bisnis menurut kaidah dan tata cara Islam baik itu dalam tatanan skala usaha besar, skala menengah maupun dalam skala usaha kecil adalah suatu hal yang tidak dapat ditutupi. Dalam fenomena ini penulis ingin mengangkat judul “ANALISIS DAMPAK *PREDATOR PRICING* PADA PEDAGANG TELUR AYAM DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Di Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang)” dengan alasan bahwa pedagang telur di daerah tersebut terkena dampak dari *Predator Pricing*.

Permasalahan yang di angkat dalam penelitian ini adalah: 1. Bagaimana dampak *predator pricing* pada pedagang telur ayam terhadap harga telur ayam? 2. Faktor apa saja yang mempengaruhi *predator pricing* pada pedagang telur ayam? 3. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap *predator pricing* pedagang telur ayam di Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang?

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Sumber data penelitian ini yaitu: Sumber data primer, meliputi: hasil wawancara terhadap pedagang telur ayam di kelurahan Banaran dan sumber data sekundernya meliputi: beberapa buku dan literatur, jurnal, serta dokumen-dokumen. Subyek penelitian ini adalah tiga orang pedagang telur ayam yang terkena dampak *predator pricing* di Kelurahan Banaran. Sedangkan obyek penelitiannya adalah dampak *predator pricing* bagi pedang telur ayam yang ada di Kelurahan Banaran serta kajian tentang *predator pricing* di tinjau dari segi etika bisnis Islam. Untuk teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Kemudian teknik analisis datanya menggunakan analisis model interaktif yang menggunakan tiga komponen utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam jangka pendek, *predator pricing* sangat menguntungkan konsumen, meskipun *predator pricing* yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan cara penetapan harga rendah dapat menguntungkan konsumen, namun keuntungan tersebut hanya untuk beberapa waktu saja, karena setelah jangka waktu tertentu, dimana sejumlah pelaku usaha pesaing tersingkir dari pasar, konsumen justru akan dirugikan setelah pelaku usaha menetapkan harga yang sangat tinggi. Sedangkan dampak bagi pesaing yaitu bisa gulung tikar karena dengan diberlakukannya harga yang murah, secara otomatis konsumen akan berduyun-duyun untuk membelinya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wa Syukurulillah waSholatuwa Salamualaa Rasulillah. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, tentunya tidak akan berjalan dengan lancar tanpa kerja sama dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :


1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku ketua STAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Susminingsih, M.Ag dan Bpk. Abdul Hamid, M.Ag selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi
3. Bapak dan Ibu dosen khususnya dosen program studi ekonomi sya'riah, yang dengan ilmunya menjadikan saya mengerti tentang banyak hal.
4. Segenap civitas akademik STAIN Pekalongan yang telah memberi pelayanan dengan baik.
5. Kedua orang tuaku yang telah memberikan kasih sayang dan perhatiannya kepadaku.
6. Keluargaku tercinta, kakak-kakaku yang tanpa henti dan lelah memberikan semangat dan selalu mendoakanku sehingga dapat menyelesaikan studi ini dengan baik dan lancar.
7. Teman-temanku di program ekonomi sya'riah angkatan 2008 yang selalu membantuku dan selalu menyuguhkan keceriaan disetiap saat.
8. Dan semua pihak yang turut andil dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Terimakasih untuk semuanya. Semoga bantuan-bantuan yang telah anda berikan mendapatkan balasan dan pahala yang berlipat ganda dan menjadi *'amalan sholihan maqbūlan*.

Tanpa anda semua penulis bukanlah siapa-siapa. Penulis sangat menyadari bahwa penulisan karya sederhana ini masih jauh dari sempurna, sehingga saran dan kritik dari para pembaca sangat penulis harapkan. Akhir kata semoga karya ini dapat membawa manfa'at bagi semuanya.

Pekalongan, 26 Oktober 2015

Penulis


ALIMUFTI
NIM : 231308019

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Penegasan Istilah	5
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
F. Kajian Pustaka	7
G. Kerangka Pemikiran	13
H. Metode Penelitian	15
I. Sistematika Penulisan	19
BAB II PREDATORY PRICING DAN ETIKA BISNIS ISLAM	
A. <i>Predator Pricing</i>	21
1. Pengertian <i>predator pricing</i>	21
2. Pelaku usaha	25
3. Hubungan antara mutu produk dan tanggung jawab produk	31
4. Persaingan usaha	35
B. Etika Bisnis Islam	38
1. Pengertian etika bisnis Islam	38
2. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam	40

3. Fungsi etika bisnis Islam	43
4. Persaingan usaha dalam perspektif Islam	44

**BAB III GAMBARAN UMUM TENTANG KELURAHAN BANARAN
KECAMATAN BANYU PUTIH KABUPATEN BATANG**

A. Letak geografis	47
B. Tingkat perekonomian pedagang telur ayam di kelurahan Banaran kecamatan Banyu Putih kabupaten Batang	49
C. Pendidikan dan keberagaman pedagang telur ayam di kelurahan Banaran kecamatan Banyu Putih kabupaten Batang ..	51
D. Usaha telur ayam di kelurahan Banaran Kecamatan Banyu putih kabupaten Batang	57

**BAB IV ANALISIS TENTANG *PREDATOR PRICING* PEDAGANG
TELUR AYAM DI KELURAHAN BANARAN KECAMATAN
BANYU PUTIH KABUPATEN BATANG**

A. Analisis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi <i>predator pricing</i> pada pedagang telur ayam di kelurahan Banaran kecamatan Banyu putih kabupaten Batang	64
B. Analisis dampak <i>predator pricing</i> pedagang telur ayam di kelurahan Banaran kecamatan Banyu putih kabupaten Batang terhadap harga telur ayam	69
C. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap <i>predator pricing</i> pedagang telur ayam di kelurahan Banaran kecamatan Banyu putih kabupaten Batang	74

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	82
B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan semakin meningkatnya laju pertumbuhan penduduk dan semakin membaiknya tingkat pendapatan yang ditunjang pula dengan meningkatnya taraf pendidikan masyarakat, maka tingkat konsumsi penduduk terhadap produk-produk peternakan mengalami peningkatan. Salah satu produk peternakan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat luas salah satunya adalah telur ayam. Telur banyak dikonsumsi karena telur mengandung protein yang cukup tinggi sehingga baik untuk pertumbuhan dan kesehatan. Selain itu telur juga menjadi bahan baku industri makanan.¹

Usaha peternakan ayam petelur dapat berkembang dengan pesat karena usaha ini selain dapat dilakukan pada lahan yang tidak terlalu luas, juga karena ayam petelur memiliki kemampuan produksi telur yang cukup tinggi. Oleh karena itu hal utama yang diperhatikan oleh peternak adalah manajemen pengelolaan yang baik. Keberhasilan usaha peternakan selain tergantung dari sisi peternak dalam hal pengelolaan dan pada besar kecilnya biaya produksi yang sangat tergantung pada satu hal yaitu pemasaran produk yang telah dihasilkan. Pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan dan kelangsungan hidup peternak karena apabila telur yang diproduksi tidak dapat dipasarkan tentunya akan mengakibatkan kerugian bagi peternak dan usaha tersebut tidak dapat berjalan dengan lancar.

¹ Zaenal Abidin, *Meningkatkan Produktifitas Ayam Petelur*, (Jakarta: PT. Agromedia, 2003), hlm. III

Isu yang berkembang di masyarakat, karena ketatnya persaingan antar para pedagang adalah *predator pricing*. Praktik menjual barang atau jasa dengan harga sangat rendah, dengan maksud menyingkirkan pesaingnya keluar dari pasar yang bersangkutan, atau membuat hambatan masuk ke pasar bagi pesaing baru yang potensial adalah bentuk dari *predator pricing*.² Jika para pesaing atau pesaing yang potensial tidak dapat mempertahankan harga yang sama atau lebih rendah tanpa kerugian, kemudian para pelaku usaha akan tersingkir dari persaingan atau memilih untuk tidak ikut bersaing dalam pasar bersangkutan.

Dalam menghadapi ketatnya kompetisi dalam bisnis, ada beberapa pengusaha melakukan *predator pricing* di mana pengusaha tersebut bermain dengan membuat harga secara cerdik dan licik, bahkan bisa dikatakan sangat jahat, sehingga dapat mematikan pesaing-pesaing lainnya. *Predator pricing* adalah kekuatan luar biasa untuk mematikan sejumlah perusahaan, di mana perusahaan apapun dapat dilakukan apabila menggunakan strategi ini.³

Pada zaman modern seperti saat ini “persaingan” antar para pengusaha dianggap sebagai persoalan yang umum dan merupakan suatu hubungan yang tidak dapat dielakkan, untuk menghadapi persaingan serta mewujudkan persaingan yang sehat dalam bisnis, dikenal istilah etika bisnis. Etika bisnis digunakan untuk mengendalikan persaingan bisnis agar tidak menjauhi norma-norma yang ada. Persaingan bisnis dapat dinilai etis apabila memenuhi seluruh norma-norma bisnis yang ada. Etika bisnis juga dapat digunakan oleh para pelaku

² www.id.wikipedia.org (diakses pada tanggal 13 September 2014)

³ Kees Beertens. 2000. “*Pengantar Etika Bisnis*” (Yogyakarta: Kanisius anggota IKAPI), hlm.23

bisnis agar dapat berpikir, apakah dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya, mengganggu kegiatan bisnis pelaku bisnis yang lain atau tidak.

Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah di atur dalam pandangan ajaran Agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajarannya Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan *aturan* Islam di segala aspek kehidupan termasuk didalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan di masyarakat.

Berdasarkan dari latar belakang tersebut maka penulis ingin mengangkat judul “ANALISIS DAMPAK *PREDATOR PRICING* PADA PEDAGANG TELUR AYAM DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Di Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang)” dengan alasan bahwa pedagang telur di daerah tersebut terkena dampak dari *Predator Pricing*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian yang dilakukan ini berupaya untuk menjawab rumusan masalah berikut ini:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi *predator pricing* pada pedagang telur ayam?
2. Bagaimana dampak *predator pricing* pada pedagang telur ayam terhadap harga telur ayam?
3. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap *predator pricing* pedagang telur ayam di Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti memberikan batasan-batasan agar pembahasan tidak melebar. Batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pedagang telur ayam di Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang, dipilih dengan alasan bahwa di daerah tersebut harga telur ayam sangat beragam berikut dampaknya *predator pricing*.
2. Periode harga dalam pengambilan sampel ini dilakukan pada pedagang telur ayam di Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang dalam kurun waktu 1 tahun yaitu tahun 2014.
3. Pedagang telur ayam di Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang sangatlah banyak, oleh karenanya penulis mengambil empat orang pedagang untuk penyajian data penelitian ini.

D. Penegasan Istilah

Guna menghindari perbedaan interpretasi mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian, maka diperlukan definisi operasional mengenai istilah-istilah berikut:

1. *Predator pricing* adalah salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjual produk dengan harga yang sangat rendah, yang tujuan utamanya untuk menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar dan juga mencegah pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaing untuk masuk ke dalam pasar yang sama.
2. Penetapan harga adalah menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.
3. Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.
4. Konsumen adalah setiap pemakai dan atau pengguna barang dan atau jasa baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan pihak lain.
5. Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.



6. Pasar adalah lembaga ekonomi di mana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa.
7. Harga pasar adalah harga yang dibayar dalam transaksi barang dan atau jasa sesuai kesepakatan antara para pihak di pasar bersangkutan.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan batasan masalah yang dipaparkan di atas maka tujuan penelitian ini antara lain:

1. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *predator pricing* pada pedagang telur ayam.
2. Menganalisis dampak *predator pricing* pada pedagang telur ayam terhadap harga telur ayam.
3. Menganalisis dampak *predator pricing* pada pedagang telur ayam di tinjau dalam perspektif etika bisnis Islam.

2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan sebagai berikut:

a. Manfaat secara teoritis

1. Membuka wawasan intelektual bagi kaum akademisi dan khalayak umum agar lebih peka terhadap problem kontemporer, terutama tentang *predator pricing*.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan perpustakaan STAIN Pekalongan dan dijadikan hipotesa bagi penelitian berikutnya yang mempunyai relevansi dengan penelitian skripsi ini.

b. Manfaat secara praktis

1. Bagi pedagang telur ayam: hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk bahan pertimbangan dalam menentukan harga telur ayam.
2. Bagi konsumen: hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam pembelian telur ayam kampung untuk lebih teliti.

F. Kajian Pustaka

1. Kerangka Teori

Budaya persaingan mendorong bertambahnya jumlah pelaku usaha. Namun perlu diwaspadai, makin banyak pesaing, bisa jadi justru menimbulkan praktik persaingan usaha tidak sehat. Salah satu perilaku anti persaingan adalah jual rugi atau *predatory pricing* dalam istilah hukum persaingan usaha.

Predatory Pricing secara sederhana didefinisikan sebagai tindakan dari sebuah perusahaan yang mengeluarkan pesaingnya dengan cara menetapkan harga di bawah biaya produksi. Namun dalam praktiknya juga digunakan untuk mencegah pesaing masuk ke pasar. Begitu semua pesaing telah keluar, perusahaan tersebut langsung menaikkan harga. Selama periode praktik predatori ini, perusahaan kehilangan untung dan mengalami kerugian.

Para pelaku usaha yang menerapkan kegiatan *predatory pricing* biasanya adalah mereka yang telah menguasai pasar atau sebagai posisi dominan di dalam pasar, namun tak jarang kegiatan *predatory pricing* juga diterapkan oleh para

pemain baru di dalam pasar, dengan dalih promosi produk barang/jasa mereka kepada konsumen.⁴

Salah satu karakteristik dari struktur pasar persaingan sempurna yakni adanya bebas keluar masuk pasar. Hal ini diartikan bahwa seluruh pelaku usaha dapat kapanpun memasuki pasar untuk memulai usaha mereka termasuk dalam hal ini pelaku usaha yang masih merintis bisnisnya.

Hal seperti ini juga diakomodasi oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melalui rumusan konsep perilaku pasar. Promosi menjadi suatu langkah konkret yang dilakukan oleh para pelaku usaha untuk menawarkan produk mereka kepada publik. Dalam suatu sistem yang memiliki mekanisme bebas keluar masuk pasar, strategi yang paling mudah dilakukan adalah dengan melakukan promosi.

Menurut pakar bisnis Fandy Tjiptono (2008: 76), promosi pada hakikatnya adalah suatu komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Sementara pakar lain, Christina Whidya Utami (2010:5) mengungkapkan arti promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi "konsumen aktual" konsumen yang tengah berada di pasar, maupun "konsumen potensial" konsumen di luar pasar yang berpotensi memasuki pasar, agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau pada masa yang akan datang.

⁴ <https://www.selasar.com/ekonomi/-praktik-predatory-pricing>

Harga promosi yang ditetapkan oleh pengusaha sepanjang tidak terbukti mematikan persaingan antar pelaku usaha, harus dipisahkan dengan dilancarkannya praktik *predator pricing*, karena biasanya pengusaha menetapkan harga promosi bertujuan menarik konsumen sebanyak-banyaknya bukan bertujuan menyingkirkan pelaku usaha lain dari pasar.

Praktik kegiatan *predator pricing* dikhawatirkan akan mengganggu iklim persaingan usaha sekaligus berpotensi memunculkan praktik monopoli yang minimal mengandung 3 (tiga) tujuan, yaitu:

1. Mematikan pelaku usaha pesaing.
2. Memberlakukan *predator pricing* tersebut sebagai *entry barrier* atau penghalang bagi masuknya pelaku usaha lain.
3. Memperoleh keuntungan pada masa mendatang.

Hukum persaingan usaha selain bertujuan menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional juga wajib mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat. Dalam hal terjadi praktik *predator pricing*, unsur yang paling dirugikan adalah pelaku usaha. Mengapa demikian? Sebagaimana telah dipaparkan di atas, bahwa harga suatu produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha dalam mekanisme pasar bebas ditentukan oleh pasar itu sendiri.

Banyaknya penjual dan pembeli yang bebas keluar masuk pasar membuat para pelaku usaha harus cermat dalam melakukan strategi bisnis mereka sehingga akan menjadi masalah ketika ada pelaku usaha lain yang menetapkan harga di bawah harga pasar.

2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian atau kajian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang hendak diteliti. Penelitian terdahulu berfungsi sebagai perbandingan dan tambahan informasi terhadap penelitian yang hendak dilakukan. Dari penelusuran pustaka yang dilakukan, penulis menemukan beberapa pustaka yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti, yaitu dalam tabel sebagai berikut:



Tabel 1.

Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Penulis	Metode penelitian	Hasil	Perbedaan
1	<p><i>“Pengaruh harga jual dan lokasi terhadap volume penjualan telur itik di Kota Makassar”</i>.</p> <p>(Andi Azizah Nur Fitriah: 2013)</p>	kuantitatif	<p>harga jual dan lokasi berpengaruh terhadap volume penjualan telur itik di Kota Makassar dan besarnya kontribusi pengaruh variabel harga jual dan lokasi terhadap</p>	<p>Pada penelitian ini lebih mengutamakan dampak dari predator pricing dalam tinjauan etika bisnis Islam terhadap predator pricing.</p>

			<p>volume penjualan telur itik adalah 69,9% dan sisanya 30,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.</p>	
2	<p><i>“Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar”</i>. (Fitri Amalia: 2012)</p>	Kualitatif	<p>Etika bisnis Islam juga diterapak pada para pedagang sehingga apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat</p>	<p>Penelitian ini membahas tentang <i>predator pricing</i> di tinjau pada aspek etika bisnis Islam bukan penerapan atau implentasi etika bisni Islam itu sendiri.</p>

			keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan.	
3	<p><i>Praktik Jual Rugi (Predatory Pricing) Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha.</i></p> <p>(A.A Sri Indrawati: 2010)</p>	Kualitatif	<p>Dalam jangka pendek, jual rugi sangat menguntungkan konsumen, Meskipun jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan cara penetapan harga rendah dapat menguntungkan konsumen, namun keuntungan tersebut hanya untuk beberapa waktu saja, karena setelah</p>	<p>Kajian dimana pada penelitian yang akan penulis lakukan yaitu dampak dari <i>predator pricing</i> pedagang telur ayam serta implementasi etika bisnis Islam terhadap predator pricing pedagang telur ayam di kelurahan Banaran kecamatan Banyu putih</p>

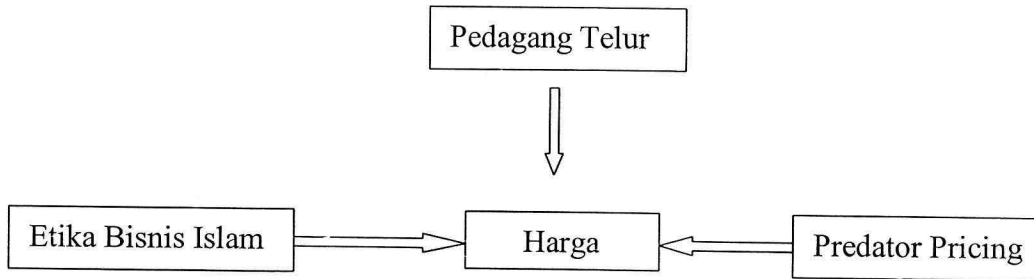
			<p>jangka waktu tertentu, dimana sejumlah pelaku usaha pesaing tersingkir dari pasar, konsumen justru akan dirugikan setelah pelaku usaha menetapkan harga yang sangat tinggi yang mengarah atau dapat merupakan harga monopoli.</p>	Batang.
--	--	--	--	---------

G. Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui masalah yang dibahas, perlu adanya kerangka pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan kebenaran suatu penelitian, dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar. 1.

Kerangka Pemikiran



Gambar diatas menyajikan kerangka penelitian, berdasarkan gambar tersebut maka penelitian ini diawali dengan harga jual peternak, untuk komoditas telur ayam berbeda-beda untuk setiap jalur pemasaran. Hal tersebut dikarenakan setiap jalur mempunyai daerah dan target pemasaran yang berbeda-beda sehingga pedagang pun membeli dengan harga yang berbeda pula sesuai dengan tingkat keuntungan yang diharapkan. Adanya perbedaan ini mengakibatkan persaingan antara pedagang telur ayam. Dalam menghadapi ketatnya persaingan bisnis inilah, terkadang beberapa pedagang melakukan *predator pricing*.

Terkait dengan hal tersebut, etika bisnis berfungsi untuk menolong pebisnis (pedagang) untuk memecahkan problem-problem moral dalam praktik bisnis mereka. Berdasarkan aturan dalam etika bisnis Islam dijelaskan bahwa kompetisi dalam suatu bisnis harus dijalankan secara *fair* agar diantara kompetitor terjadi win win solution. Berdasarkan hal inilah maka penulis membahas lebih lanjut tentang etika bisnis Islam terkait dampak *predator pricing* pada pedagang telur ayam di Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih, Batang.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam skripsi ini digunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu riset yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala-gejala.⁵ Di sini peneliti mengumpulkan data dari lapangan dengan mengadakan penyelidikan secara langsung di lapangan untuk mengetahui dampak predator pricing yang terjadi pada pedagang telur ayam di Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih, Batang.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, disebut kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami tentang apa yang dialami oleh obyek penelitian. Penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Pembicaraan yang langsung dengan pedagang telur ayam di Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih, Batang adalah bahan mentah untuk analisis kualitatif.⁶ Oleh karena itu penelitian ini tidak melibatkan perhitungan, maka hasil yang diperoleh berupa data yang berwujud kata-kata tertulis atau lisan orang yang diamati.



⁵ Sukandar rumidi, Metodologi penelitian, (Yogyakarta:Gajah Mada Universitas Press. 2004), hlm.88

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Cet 12, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), hlm. 213.

3. Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana data dapat diperoleh⁷. Sumber data penelitian dibagi menjadi 2 bagian, yaitu:

- a. Sumber Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari informan melalui teknik wawancara atau interview secara langsung dari sumbernya yaitu pedagang telur ayam di kelurahan Banaran.
- b. Sumber data sekunder yaitu sumber bukan asli yang memuat informasi tentang permasalahan yang akan dikupas dalam penelitian ini. Penulis memperoleh data sekunder dari beberapa buku dan literatur, jurnal, serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang dibahas.

4. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi yang dapat memberikan data sesuai dengan masalah yang diteliti.⁸ Dengan demikian subyek penelitian merupakan sumber informasi dalam mencari data dan masukan-masukan untuk mengungkap permasalahan penelitian. Subyek merujuk pada sekumpulan orang dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁹ Adapun subyek penelitian

⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 114

⁸ Tatang Amirin, *Penyusunan Rencana Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998) hlm. 27

⁹ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonom i Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), hlm, 161.

ini adalah tiga orang pedagang telur ayam yang terkena dampak *predator pricing* di Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih, Batang.

b. Obyek Penelitian

Adapun Obyek penelitian ini adalah dampak *predator pricing* bagi pedang telur ayam yang ada di Kelurahan Banaran serta kajian tentang *predator pricing* di tinjau dari segi etika bisnis Islam.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

a. Observasi

Yaitu metode pengamatan terhadap pedagang telur dalam waktu tertentu guna untuk mengetahui data atau informasi yang kemudian diolah guna mencari suatu kesimpulan¹⁰ dari dampak predator pricing.

b. Wawancara

Dalam mendapatkan data guna membantu dalam penelitian ini, menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara semi terstruktur yaitu menggunakan pertanyaan yang tersusun dan berurutan.¹¹ Untuk suatu wawancara yang semi-terstruktur lebih terbuka dan dimana pihak yang diwawancarai bisa dimintai pendapat dan ide-idenya, segala sesuatunya direncanakan dengan baik dan percakapan yang terjadi diarahkan untuk menggali tentang dampak dari *predator pricing* pedagang telur ayam di

¹⁰ Muhammad, "*metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitati*", (Jakarta: Rajawali Pers. 2008), hlm. 151

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm, 54.

Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih, Batang ditujukan untuk memperdalam topik.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu cara memperoleh informasi melalui mencatat atau merekam peristiwa dan objek maupun aktifitas pemberian jasa (pelayanan) yang dianggap berharga dan penting.¹² Metode dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data seperti letak geografis kelurahan, data peternak telur ayam, data pedagang telur ayam dan lain-lain yang berubungan dengan perdagangan telur ayam di Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih, Batang.

6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sejak awal penelitian dilakukan. Data diperoleh kemudian dikumpulkan untuk diolah secara sistematis. Dimulai dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif. Dalam model interaktif ini ada tiga komponen analisis, yaitu :¹³

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan dituangkan dalam bentuk catatan yang lengkap dan rinci. Data dari lapangan dilakukan analisis data melalui reduksi data, dirangkum, memilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data dilakukan dengan cara terus-menerus selama proses penelitian berlangsung. Dengan demikian data yang

¹²Tim Sosiologi, *Panduan Belajar Sosiologi* (Jakarta: Yudhistira, 1996), hlm.131

¹³ Sugiyono “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*” (Jakart: CV.Alfabeta, 2008) hlm. 246

direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data yakni penyajian data bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Yang paling sering untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif, dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Kesimpulan pada penelitian kualitatif, merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau Interaktif, hipotesis atau teori.

I. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan pembahasan yang sistematis dan konsisten, perlu disusun sistematika dalam penulisan skripsi ini, sehingga dapat menunjukkan totalitas yang utuh. Adapun sistematika penulisan skripsi ini yaitu sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan, yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penegasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II adalah landasan teori tentang *predator pricing* dan etika bisnis Islam yang meliputi: Pengertian *predator pricing*, pelaku usaha, hubungan antara harga dan mutu barang, persaingan usaha, kemudian dibahas pula pengertian etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam, fungsi etika bisnis Islam, persaingan usaha dalam perspektif Islam.

Bab III adalah gambaran umum lokasi penelitian yang meliputi: letak geografis kelurahan Banaran kecamatan Banyu putih Kabupaten Batang, pendidikan dan agama, ekonomi dan social budaya, usaha telur ayam di kelurahan Banaran kecamatan Banyu putih kabupaten Batang.

Bab IV Analisis tentang *predator pricing* pedagang telur ayam di kelurahan banaran kecamatan Banyu putih kabupaten Batang yang meliputi: analisis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *predator pricing* pada pedagang telur ayam di kelurahan Banaran kecamatan Banyu putih kabupaten Batang, anilisis dampak *predator pricing* pedagang telur ayam di kelurahan Banaran kecamatan Banyu putih kabupaten Batang terhadap harga telur ayam, tinjauan etika bisnis Islam terhadap *predator pricing* pedagang telur ayam di kelurahan Banaran kecamatan Banyu putih kabupaten Batang.

Bab V adalah penutup yang berisikan: kesimpulan, saran-saran, dan kata penutup.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Dalam jangka pendek, *predator pricing* sangat menguntungkan konsumen, Meskipun *predator pricing* yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan cara penetapan harga rendah dapat menguntungkan konsumen, namun keuntungan tersebut hanya untuk beberapa waktu saja, karena setelah jangka waktu tertentu, dimana sejumlah pelaku usaha pesaing tersingkir dari pasar, konsumen justru akan dirugikan setelah pelaku usaha menetapkan harga yang sangat tinggi. Sedangkan dampak bagi pedagang pesaing yaitu bisa gulung tikar karena dengan diberlakukannya harga yang murah, secara otomatis konsumen akan berduyun-duyun untuk membelinya.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi *predator pricing* pada pedagang telur ayam di kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang yaitu:
 - a. Ancaman masuknya pesaing baru (Pengusaha telur ayam yang baru memulai)
 - b. Ancaman pengganti produk (Kehadiran produk pengganti misalkan kehadiran produksi telur arab, produksi telur ayam kampung, produksi telur asin (telur bebek) dapat menurunkan daya tarik dan profitabilitas industri karena produk tersebut akan membatasi tingkat harga).

- c. Posisi tawar supplier (Jika supplier mempunyai kekuatan tawar yang tinggi melebihi pengusaha telur ayam, maka secara teori industri pengusaha telur ayam tersebut akan menjadi kurang menarik. Posisi tawar ini akan naik kalau ada banyak pembeli; supplier mengancam untuk mengintegrasikan kedepan pengusaha telur ayam tersebut)
 - d. Posisi tawar pembeli (Kekuatan tawar pembeli akan menjadi lebih besar jika: terdapat hanya sedikit pembeli yang dominan dan banyak penjual telur ayam tersebut; produk distandariasi; pembeli mengancam mengintegrasikan ke belakang kepada pengusaha telur ayam tersebut)
3. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap *predator pricing* yang terjadi pada pedagang telur ayam di Kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang dalam keadaan beriklim sehat dalam arti perilaku persaingannya tidak sampai melanggar batas-batasan etika bisnis Islam. Karena dapat disimpulkan bahwa mereka melakukan transaksi jual beli bukan hanya semata-mata demi keuntungan belaka, akan tetapi mereka tetap mengedepankan kejujuran dan keadilan kepada setiap calon pembeli yang melakukan transaksi, dari mulai menawarkan barang yang ingin dijualnya dengan keadaan baik, menanyakan kepada pembeli bahwa barang yang dibelinya sudah benar-benar ridho dengan harga yang disepakatinya, para pengusaha juga memperhatikan tingkat kualitas dan baik buruknya, para pengusaha tidak mengurangi timbangan/ ukuran/ jumlah barang yang telah dibeli oleh konsumen karena tindakan tersebut benar-benar sangat dilarang baik dalam bidang ekonomi maupun dalam

agama itu sendiri. Hal ini sesuai dengan 5 indikator dasar etika bisnis Islam, yaitu: tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebenaran.

B. Saran

Berdasarkan simpulan hasil penelitian di atas, peneliti memberikan beberapa saran kepada pedagang telur ayam di kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang maupun untuk peneliti selanjutnya.

1. Untuk Pedagang telur ayam

Sebaiknya pedagang telur ayam senantiasa memperhatikan harga jual dan lokasi penjualan sehingga telur ayam yang ditawarkan kepada konsumen dapat diterima dengan baik yang pada akhirnya akan meningkatkan volume penjualan dan keuntungan bagi pedagang telur ayam. Kemudian dalam berdagang hendaknya diniatkan karena Allah SWT, atau diniatkan dengan cara-cara Allah SWT (yang halal lagi baik), dan ditujukan hanya untuk Allah SWT.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti hanya mampu terpusat pada Pedagang telur ayam di kelurahan Banaran Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa memperluas lagi objek yang diteliti, seiring bertambahnya tahun bertambah pula jumlah penduduk, maka bahkan jumlah pengusaha juga dapat semakin bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ahmad, Musthaq. 2001. "*Etika Bisnis Dalam Islam*". Jakarta: Pustaka Al-Kautsar
- Arifin, Johan 2007. "*Fiqih Perlindungan Konsumen*", Semarang: Rasail Semarang.
- Bertens, Kees. 2000. "*Pengantar Etika Bisnis*" Yogyakarta: Kanisius anggota IKAPI
- Erman rajagukguk, 2000, et al, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju, cetakan I.
- J Lexy. Moeloeng, 2009. *Metodologi penelitian kualitatif*, (Bandung . Remaja Rosdakarya.
- Kees Beertens. 2000. "*Pengantar Etika Bisnis*" (Yogyakarta: Kanisius anggota IKAPI),
- Kristiyanti, Celina Tri siwi 2008, *hukum perlindungan konsumen*, Malang, Sinar Grafika.
- Mudrajad, Kuncoro. 2003. "*Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*". Jakarta: Erlangga.
- Muhammad, 2008. "*metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitati*", Jakarta: Rajawali Pers
- Mujamma' Al Malik Fahd Li Thiba' At Al Mush-haf, *Al Qur'an dan Terjemahannya*", Saudi Arabiyah: Al Qur'anul Karim Kepunyaan Raja Fahd.
- Nasution, 1995, *konsumen dan hukum*, Jakarta, Sinar Harapan, cetakan I.
- Pamungkas, Ratno, 2004, *Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Makanan dan Minuman yang Melanggar Label Halal*, Skripsi, fakultas hukum Universitas Erlangga, Surabaya.
- Santos, Ippho, 2006, *Muhammad Sebagai Pedagang*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo,
- Santosa, Ippho. 2006. *Muhammad Sebagai Pedagang*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo,

- Shahatah, Hussein, Siddiq Muhammad Al-Amin ahd Dhahir. 2005. *Transaksi dan Etika Bisnis dalam Islam*, Yogyakarta: Visi Iainsani Pub.
- Shalah Ash Shawi dan Abdullah Al Muslih, *Fiqih Keuangan Ekopnomi Islam*, Jakarta: Darul Haq.
- Siddiq Muhammad Al-Amin ahd Dhahir Husein Shahatah,, 2005.*Transaksi dan Etika Bisnis dalam Islam*, Yogyakarta: Visi Iainsani Pub
- Sirman Dahwal ,*Etika Bisnis Menurut Humum Islam*,Skripsi UNNES
- Soemanto, Wasty. 2006. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta, Rineka Cipta
- Suharsini, Arikunto, 2002. *Prosedur suatu penelitian suatu pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta
- Sukandarrumidi, 2004. *Metodologi penelitian*, Yogyakarta:Gajah Mada Universitas Press.
- Susanti adi nugroho, 2008. *proses penyelesaian sengketa konsumen ditinjau dari hukum acara serta kendala implementasinya*, jakarta, prenada media group.
- UU RI. No.5 Tahun 1999 *Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak sehat*.

B. Sumber Internet:

- www.id.wikipedia.org
- www.id.wikipedia.org
- http://id.wikipedia.org/wiki/Predatory_pricing
- <http://pustakamaya.diknas.go.id/index.php>
- <http://pustakamaya.diknas.go.id/index.php>
- <http://suharyanto.wordpress.com>
- <http://suharyanto.wordpress.com>
- <https://www.wikipedia.org>
- <https://www.wikipedia.org>

Pedoman Wawancara

1. Sudah berapa lama anda menjalankan usaha penjualan telur ayam ?
2. Apa yang melatar belakangi anda menjalankan usaha telur ayam ?
3. Bagaimana anda mempertahankan usaha telur ayam ditengah persaingan yang kuat ?
4. Apakah kendala yang dialami selama menjalankan usaha telur ayam ?
5. Bagaiman menurut anda, apakah ada *predator pricing* di usaha telur ayam ini ?
6. Apakah anda merasa di rugikan dengan adanya pedagang yang memberikan harga di bawah pasaran ?
7. Pengeluaran apa saja yang harus diperhitungkan saat menentukan harga telur ayam ?
8. Apakah harga yang anda tentukan sudah tepat ?
9. Apa yang menjadi kekuatan atau keunggulan dan kelemahan dari telur ayam yang anda jual ?
10. Apa yang menjadi alasan anda untuk tetap/berhenti menjalan usaha telur ayam ini ?



PEMERINTAH KABUPATEN BATANG
KECAMATAN BANYUPUTIH
KANTOR KEPALA DESA BANARAN

Alamat: Dk. Randubowo Ds. Banaran Kec. Banyuputih Kab. Batang 51271

Surat keterangan

Nomor: 140/ 90 /XII/2015

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Supriyono
Jabatan : Kepala desa

Dengan ini Menerangkan Bahwa:

Nama : Ali mufti
Tempat/tgl/lhr : Batang, 13 Oktober 1987
Kebangsaan : Indonesia
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
Alamat : Dk. Randubowo Rt/Rw 002/003 Des. Banaran Kec. Banyuputih
Kab. Batang
Bermaksud : Untuk melakukan penelitian peternakan di Desa Banaran
Kec. Banyuputih Kab. Batang

Berhubungan dengan maksud yang bersangkutan, diminta agar dinas Instansi
Yang berwenang dapat memberikan bantuan serta fasilitas seperlunya.

Demikian surat keterangan ini dapat di penggunaan sebagaimana mestinya.

Tembusan :



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Menyatakan bahwa :

Nama : Ali Mufti

Umur : 27 Tahun

Tanggal lahir : 13 Oktober 1987

Alamat : Randubowo Rt/Rw 02/03 Banaran Kec.Banyuputih, Kab.Batang

Bangsa : Indonesia

Agama : Islam

Menerangkan dengan sesungguhnya :

PENDIDIKAN

1. Tamatan SD NI Banaran kab.Batang lulus tahun 2001 dengan berijasah.
2. Tamatan SMP N2 limpung kab.Batang lulus tahun 2004 dengan berijasah.
3. Tamatan SMA N1 Gringsing lulus tahun 2007 dengan berijasah.

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya

Hormat Saya


Ali Mufti