

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Skripsi ini berjudul **Analisis Penetapan Harga Kopi Oleh Eksportir dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT Indokom Citra Persada Tanjung Bintang)**. Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul skripsi ini maka terlebih dahulu penulis akan menguraikan beberapa istilah penting dari judul tersebut.

Adapun istilah-istilah tersebut adalah :

1. Analisis adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan atas bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.¹
2. Penetapan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan terhadap sebuah produk barang atau pun jasa.² Kemudian harga merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan yang bersifat fleksibel, di mana suatu saat harga akan stabil dalam waktu tertentu tetapi harga juga dapat meningkat ataupun

¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Pustaka Grafika, 2003), h. 43.

² Phillip Kotler, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*, (Jakarta : Erlangga, 2008), h 75

menurun, dan juga satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan.³

3. Perspektif Ekonomi Islam, perspektif adalah cara melukiskan suatu benda dan lain-lain pada permukaan yang mendatar sebagaimana yang terlihat oleh mata dengan 3 dimensi atau juga bisa diartikan sebagai cara pandang, sedangkan Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya. untuk mencapai *falah* berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai Al-Qur'an dan hadist.⁴

Nilai-nilai syariat mengajak seorang muslim untuk menerapkan konsep penetapan harga dalam kehidupan ekonomi, menetapkan harga sesuai dengan nilai yang terkandung dalam barang tersebut. Dengan adanya penetapan harga maka akan menghilangkan beban ekonomi yang mungkin tidak dapat dijangkau oleh masyarakat, menghilangkan praktek penipuan, serta kemungkinan ekonomi dapat berjalan dengan mudah dan penuh kerelaan hati.

Berdasarkan penjelasan di atas skripsi ini adalah suatu penelitian untuk mengungkap dan mengkaji bagaimana penetapan harga kopi oleh eksportir dalam perspektif ekonomi Islam, dalam hal ini penulis meneliti salah satu perusahaan ekspor kopi terbesar di Lampung yaitu PT Indokom Citra Persada.

³ *Ibid*

⁴ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2011), h.17.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun yang menjadi alasan penulis memilih dan menetapkan judul di atas adalah sebagai berikut :

1. Secara Objektif
 - a. PT Indokom Citra Persada adalah salah satu perusahaan ekspor kopi terbesar di Lampung dan cukup lama dalam menjalin bisnis ekspor di Indonesia.
 - b. Ingin menganalisa faktor yang mempengaruhi penetapan harga kopi di PT Indokom Citra Persada.
2. Secara Subjektif
 - a. Pembahasan ini sangat relevan dengan disiplin ilmu pengetahuan yang penulis pelajari di Fakultas Ekonomi dalam Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam serta tersedianya literatur ataupun sumber lainnya seperti jurnal, artikel dan data yang diperlukan untuk penunjang referensi kajian dan data dalam usaha menyelesaikan karya ilmiah ini.
 - b. Lokasi penelitian yang terjangkau dari segi transportasi dan pihak perusahaan juga memperbolehkan dalam proses penelitian.

C. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial mempunyai kodrat hidup dalam masyarakat, dalam hidup bermasyarakat disadari atau tidak bahwa manusia selalu berhubungan satu sama lain dalam menghadapi kebutuhan hidupnya terutama

dalam jual beli. Dalam kajian kitab fiqh, jual beli sudah dijelaskan di dalam menentukan aturan-aturan hukumnya antara lain tentang rukun, syarat maupun bentuk-bentuk jual beli yang dilarang oleh Agama Islam. Oleh karena itu, di dalam prakteknya harus dikerjakan secara konsekuen dan memberi manfaat bagi orang yang bersangkutan.⁵

Hubungan manusia sebagai makhluk sosial ini dalam Islam dikenal dengan istilah *muamalat*. Semacam bentuk muamalat misalnya jual beli, gadai, pemindahutangan, sewa menyewa, upah dan lain sebagainya. Salah satu bidang muamalat yang sering dilakukan pada umumnya adalah jual beli. Jual beli dapat diartikan tukar menukar suatu barang dengan barang lain atau uang dengan barang atau sebaliknya dengan syarat-syarat tertentu.

Manusia muslim individu maupun kelompok dalam lapangan ekonomi atau bisnis di satu sisi diberikan kebebasan untuk mencari kebebasan mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Namun di sisi lain ia terikat dengan iman dan etika sehingga tidak bisa bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakannya.⁶

Allah SWT berfirman dalam surat An Nisa ayat 29 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang

⁵ Saleh Al-Fauzan, *Fiqh sehari-hari*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2005), h. 366

⁶ Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta : Gema Insani Press, 1997), h.51

*berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS An Nisa : 29)*⁷

Terdapat dua subyek dalam jual beli yaitu penjual yang kedudukannya sebagai pelaku usaha dan pembeli sebagai konsumen. Penjual sebagai pelaku usaha berusaha menghasilkan berbagai jenis produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

Kepentingan setiap orang dalam pergaulan hidup menimbulkan adanya hak dan kewajiban, setiap orang mempunyai hak yang wajib yang selalu diperhatikan orang lain dan dalam waktu yang sama, juga memikul kewajiban yang harus ditunaikan terhadap orang lain. Hubungan hak dan kewajiban tersebut diatur dalam aturan-aturan hukum untuk menghindari terjadinya bentrokan-bentrokan kepentingan dari berbagai pihak. Adapun patokan-patokan hukum yang mengatur hubungan dan kewajiban dalam hidup bermasyarakat tersebut dikenal dengan istilah hukum Mu'amalat.

Menjual adalah mengalihkan kepemilikan sesuatu barang kepada orang lain dengan menerima harga dengan kerelaan kedua belah pihak, atau pertukaran harta atas jalan sama-sama rela, yakni perpindahan milik kepada seseorang dengan jalan ganti rugi yang dapat dibenarkan oleh syara'.⁸

Landasan yang mendorong perilaku seorang pelaku bisnis hendaknya jangan didasarkan karena adanya rasa takut pada sebuah pemerintahan, tidak juga karena hasrat untuk menumpuk dan menimbun kekayaan. Perilaku bisnis mereka

⁷QS An-Nisa' (4) : 29.

⁸Hasbi Ash-Shiddieqy, *Hukum-Hukum Fiqih Islam* (Jakarta: Bulan Bintang, 1962) , h. 378.

hendaknya berpondasikan atas rasa takut pada Allah dalam usaha menggapai ridho-Nya. Jadi bisnis hendaknya melampaui sesuatu yang bersifat legal. Seseorang bukan hanya semata mengharapkan rasa keadilan, bahkan lebih jauh dari itu ia menginginkan yang melampaui hal tersebut dalam rangka memenuhi kebajikan dan keluhuran budi.

Seorang muslim yang bertakwa, dia bukan hanya menghindari semua hal yang dilarang, bahkan lebih dari itu ia hendaknya menghindari *syubhat*, di mana apabila ia melakukan tindakan itu ia merasa tidak mendapatkan ketenangan batin. Singkatnya, perilaku seseorang hendaknya diwarnai oleh sebuah kesopanan tindakan dan niat yang sublime sesuai dengan kadar dirinya sebagai makhluk Allah yang Mulia.⁹

Islam menetapkan aturan-aturan hukumnya seperti yang telah diajarkan oleh Nabi, baik mengenai rukun, syarat maupun bentuk jual beli yang diperbolehkan ataupun yang tidak diperbolehkan. Dalam dunia perjualbelian yang semakin berkembang tentunya antara si penjual dengan si pembeli harus lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli. Nabi menghimbau agar dalam akad jual beli penetapan harga disesuaikan dengan harga yang berlaku di pasaran secara umum. Diisyaratkan dalam akad jual beli, adanya ijab dari pihak penjual dan qabul dari pihak pembeli. Dalam Islam, hak jual beli yang dilakukan harus dijauhkan dari *syubhat* ataupun *riba*.

⁹ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2001), h. 7

Nilai-nilai syariat mengajak seorang muslim untuk menerapkan konsep penetapan harga dalam kehidupan ekonomi, menetapkan harga sesuai dengan nilai yang terkandung dalam barang tersebut. Dengan adanya penetapan harga maka akan menghilangkan beban ekonomi yang mungkin tidak dapat dijangkau oleh masyarakat, menghilangkan praktek penipuan, serta kemungkinan ekonomi dapat berjalan dengan mudah dan penuh kerelaan hati.

Pengertian harga banyak dihubung-hubungkan dengan beberapa hal, tetapi semua berawal dari hal-hal yang sederhana yang tidak dipahami oleh masyarakat. Maksudnya bahwa banyak yang belum memahami makna harga, walaupun konsepnya cukup mudah didefinisikan dengan istilah umum. Beberapa konsep yang saling berkaitan dalam teori ekonomi yaitu: harga (*price*) dan kegunaan (*utility*).

Nilai adalah ukuran kuantitatif bobot sebuah produk yang dapat ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan manfaat atribut sebuah barang yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan sebuah keinginan.¹⁰ Berdasarkan dari uraian-uraian tersebut dapat diketahui definisi harga sebagaimana dikemukakan oleh para ahli antara lain :

1. Menurut William J. Stanton harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

¹⁰ Marius Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta, PT Raja Grafindo, 2002), h. 268

2. Menurut Jerome Mc Carthy harga adalah apa yang dibebankan untuk sesuatu produk.¹¹

Berdasarkan dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa harga adalah jumlah uang yang diterima oleh penjual dari hasil penjualan suatu produk barang atau jasa. Yaitu penjualan yang terjadi pada perusahaan atau tempat usaha atau bisnis, harga tersebut tidak terlalu merupakan harga yang diinginkan oleh penjual produk barang atau jasa tersebut, tetapi merupakan harga yang benar-benar terjadi sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli (*price*).¹²

Kopi merupakan salah satu komoditi ekspor utama Indonesia. Di mana Indonesia adalah produsen kopi terbesar keempat di dunia setelah Brazil, Vietnam dan kolombia dengan menyumbang sekitar 6% dari produksi total kopi dunia, dan juga Indonesia merupakan pengeksport kopi terbesar keempat dunia dengan pangsa pasar sekitar 11% di dunia. Kopi merupakan salah satu komoditi andalan perkebunan yang mempunyai peran sebagai penghasil devisa negara, sumber pendapatan bagi petani, penciptaan lapangan kerja, pendorong agribisnis dan agroindustri serta pengembangan wilayah.

Produksi kopi Indonesia telah mencapai 620 ribu ton pertahun dan lebih dari 80 persen berasal dari perkebunan rakyat. Devisa yang diperoleh dari ekspor

¹¹ *Ibid*, h. 268

¹² Ahmad Ifhan Solihin, *Buku Pintar Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), h..302

kopi dapat mencapai \pm US \$ 332.24 juta (tahun 2015), dengan melibatkan \pm 1,97 juta KK yang menghidupi 5 juta jiwa keluarga petani,¹³

PT. Indokom Citra Persada merupakan perusahaan yang bergerak pada bisnis pemasokan, yang berkantorkan di jalan Ir. Sutami Km. 9 Bandar Lampung. Perusahaan ini mendistribusikan biji kopi secara khusus kepada distributor asing, serta mendistribusikan kopinya ke perusahaan lokal yaitu seperti perusahaan Indocafe.

PT. Indokom Citra Persada saat ini sedang berusaha untuk memperluas daerah pemasarannya, agar dapat bersaing dengan para pesaingnya yaitu dengan mengaplikasikan website dan menerapkan *e-marketing* didalam websitenya, agar para distributor dan pembeli dapat mengetahui informasi perusahaan tersebut. Manfaat dari website yang berkualitas dan penerapan *e-marketing* didalam website dapat mempengaruhi kepuasan konsumen mengenai hal kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan informasi tentang produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Kekeringan yang melanda Brasil, salah satu negara produsen kopi dunia telah mempengaruhi harga kopi dan akan terus mendorong kenaikan harga di pasar global. Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) memprediksi tren kenaikan harga kopi akan berlanjut hingga tahun 2016.

Saimi Saleh, Presiden Direktur PT Indokom Citra Persada mengatakan, fluktuasi harga kopi sangat dipengaruhi oleh hasil panen di negara produsen kopi

¹³ Kementerian Pertanian, *Profil Peluang dan Potensi Investasi Kopi*. (Pusat Perizinan dan Investasi Kementerian Pertanian, 2015), h. 12

dunia. Selain itu kondisi ekonomi global seperti adanya perlambatan ekonomi di Eropa dan Amerika juga turut berpengaruh terhadap permintaan kopi.¹⁴

Tahun 2016 AEKI memperkirakan produksi biji kopi nasional sekitar 550.000-600.000 ton per tahun. Jenis produksi kopi Indonesia ini terdiri dari 77% merupakan jenis kopi robusta, dan sekitar 23% kopi arabika. Sementara itu, ekspor kopi Indonesia tahun ini diperkirakan hampir sama seperti tahun lalu yang sekitar 450.000 ton. Selama ini Indonesia mengeksport kopi ke lebih dari 80 negara. Diantaranya, Jerman, Amerika Serikat, Jepang, Belgia, Italia, Inggris, Afrika, Timur Tengah, dan negara-negara ASEAN seperti Filipina, Malaysia dan Singapura.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis tertarik untuk mengkaji dan menganalisis masalah-masalah yang terjadi tentang bagaimana penetapan harga kopi pada PT Indokom Citra Persada, untuk mengangkat sebuah judul untuk mem bahas nya lebih lanjut dalam sebuah skripsi ini dengan judul **“Analisis Penetapan Harga Kopi Oleh Eksportir dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT Indokom Citra Persada Tanjung Bintang)”**

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka yang menjadi permasalahan skripsi ini adalah :

1. Faktor apa yang mempengaruhi harga kopi yang berdampak pada naik turunnya harga kopi tersebut di PT Indokom Citra Persada?

¹⁴ Diakses melalui www.idokomcoffee.co.id tanggal 2 April 2016

2. Bagaimana penetapan harga kopi oleh eksportir dalam perspektif Ekonomi Islam di PT Indokom Citra Persada?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah :

- a. Ingin mengetahui faktor apa yang mempengaruhi harga kopi yang berdampak pada naik turunnya harga kopi di PT Indokom Citra Persada.
- b. Ingin menganalisa bagaimana penetapan harga kopi oleh eksportir dalam perspektif Ekonomi Islam di PT Indokom Citra Persada.

2. Kegunaan penelitian

Kegunaan penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah :

- a. Penelitian ini digunakan sebagai kontribusi penulis dalam menganalisa bagaimana penetapan harga kopi oleh eskportir dalam perspektif Ekonomi Islam di PT Indokom Citra Persada.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan memiliki kontribusi dan bermanfaat bagi yang berminat berkaitan dengan skripsi ini dalam bentuk dan aspek lain.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian skripsi ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field reaserch*), yaitu mengadakan penelitian lapangan dengan cara wawancara atau berdialog dengan objek penelitian yaitu PT Indokom Citra Persada. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif menampilkan data penelitian dengan kata, analisis deskriptif, interpretatif yang mengutamakan uraian kata-kata. Meskipun terdapat data yang terdiri dari angka-angka akan diberikan interpretasi, dan analisis dari sisi kualitatif.¹⁵

b. Sifat Penelitian

Adapun dilihat dari sifatnya penelitian ini bersifat deskriptif, yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah suatu penelitian dengan menggambarkan dan melukiskan keadaan subjek atau objek, serta kondisi pada sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

2. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Dalam penelitian skripsi ini jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari

¹⁵ Ahmad Anwar, *Prinsip-Prinsip Metodologi Research*, (Yogyakarta; Sumbangsih, 1975), h. 2

sumbernya dan dicatat untuk pertama kali yaitu data wawancara langsung kepada karyawan di PT Indokom Citra Persada sebagai perusahaan eksportir kopi di Indonesia. Data sekunder adalah data hasil pengumpulan orang lain dengan maksud tersendiri dan mempunyai kategorisasi atau klasifikasi menurut keperluan mereka, data ini sebagai pendukung data primer, data ini didapat dari buku-buku tentang jual beli dalam Islam.

b. Sumber Data

Sumber data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu.¹⁶ Atau informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta. Sumber data yang di jadikan bahan penelitian ini adalah :

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti, melalui teknik wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan.¹⁷ Dalam hal ini data primer yang diperoleh peneliti bersumber dari PT Indokom Citra Persada Lampung, responden dalam penelitian ini adalah Wakil Direktur PT Indokom Citra Persada bapak Rico Damona, Kabag Ekspor bapak Nova Rionaldy, Kabag Personalia bapak Tri Antoni, Kabag Produksi bapak Sugiri

¹⁶ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Research Bisnis*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2006), h. 57

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Dalam Suatu Pendekatan Praktek (Edisi Revisi IV)*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2006), h. 114

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah tersedia dalam berbagai bentuk. Biasanya sumber data ini lebih banyak sebagai data statistik atau data yang sudah diolah sedemikian rupa sehingga siap digunakan.¹⁸ Selain data yang berbentuk statistik data, sekunder juga tersedia dalam bentuk lain seperti tulisan-tulisan yang telah diterbitkan, dokumen-dokumen negara, penerbitan, agen-agen perdagangan balai penelitian dan lain sebagainya.

Data sekunder yang diperoleh oleh peneliti merupakan data-data yang bersumber dari hasil pembukuan dan laporan yang dikeluarkan oleh PT Indokom Citra Persada. Peneliti juga mendapatkan data-data dari buku-buku yang mempunyai relevansi dengan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini.

3. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan penulis dalam penelitian lapangan adalah wawancara (*interview*) dan dokumentasi. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara sipenanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide*.¹⁹

Dokumentasi adalah suatu penelitian untuk mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, dan dokumen data kualifikasi mengenai

¹⁸ Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi Dilengkapi Beberapa Alat Analisa Dan Penuntun Penggunaan*, Cetakan Kelima, (Jakarta : Bumi Aksara, 2005), h. 113

¹⁹ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1988), h. 234

kopi. Metode ini digunakan sebagai metode pelengkap yang dibutuhkan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya orang, akan tetapi objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.²⁰ Populasi dalam penelitian ini yang digunakan adalah seluruh bagian yang bertanggung jawab di PT Indokom Citra Persada.

b. Sampel

Sampel adalah bagian suatu subjek atau objek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi bias, tidak dapat dipercaya, dan kesimpulannya pun bisa keliru. Hal ini karena tidak dapat mewakili populasi.²¹ Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan bagian yang berhubungan langsung dengan kegiatan ekspor, produksi, dan karyawan di PT Indokom Citra Persada.

²⁰ Sugiono, 2013, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung : Alfabeta, 2004), h. 117

²¹ Wina Sanjaya, 2014, *Penelitian Pendidikan (Jenis, Metode, dan Prosedur)*, (Jakarta : Kencana, 2006), h. .228

c. Metode Pengolahan Data

Mengolah data yaitu menimbang, menyaring, mengatur dan mengklarifikasi. Jadi dalam hal ini yang dimaksud pengolahan data adalah memilih secara hati-hati, menggolongkan, menyusun dan mengatur data yang relevan tepat dan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Adapun langkah-langkah yang harus diteliti dalam proses pengolahan data adalah :²²

a. Pemeriksaan (*Editing*)

Yaitu membenaran apakah data yang terkumpul melalui observasi, wawancara dan kuisioner sudah dianggap lengkap, relevan, jelas, lalu data tersebut dijabarkan dengan bahasa yang lugas dan mudah dipahami.

b. Penandaan Data (*Coding*)

Yaitu pemberian tanda pada data yang diperoleh, baik berupa penomoran atau penggunaan data, atau kata tertentu yang menunjukkan golongan, kelompok klasifikasi data menurut jenis atau sumbernya dengan tujuan untuk menyajikan data secara sempurna memudahkan rekonstruksi serta analisis data.

c. Penyusunan Sistematis Data

Yaitu menguraikan hasil penelitian sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, menempatkan data menurut kerangka sistematika bahasa berdasarkan urutan masalah. Dalam hal ini yaitu mengelompokan data

²² Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), h. 91

secara sistematis, data yang diedit dan diberi tanda menurut klasifikasi dan urutan masalah.

d. Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian ini, karena dengan analisa data tersebut dapat memberi arti makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Menganalisa data merupakan tindakan peneliti untuk mempertemukan kesenjangan antara teori dan praktek. Membangun analisa juga berkaitan dengan pengujian teori yang berlaku selama ini.²³

Metode analisa data yang digunakan dalam skripsi ini adalah analisis deskriptif kualitatif, dimana peneliti selain mengolah dan menyajikan data, juga melakukan analisa kualitatifnya. Hal ini dimaksudkan agar dapat mensinergikan antara beberapa data yang telah dipersiapkan. Sistematis analisis deskriptif kualitatif dalam penggunaannya tidak ada suatu pedoman yang jelas, akan tetapi prinsipnya setiap item dari permasalahan yang diajukan harus terjawab dalam analisis data dengan mengaitkan satu sama yang lain atau dengan kata lain terdapat hubungan timbal balik.

Metode analisis inilah peneliti berusaha menggambarkan sekaligus menganalisa secara deskriptif dari hasil penelitian yang telah dilakukan, yaitu mendeskripsikan tentang analisis penetapan harga oleh PT Indokom Citra Persada.

²³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1998), h. 35