

BAB IV

DISKRIMINASI HARGA DI KAFETARIA KELAB FRIM

4.1. Pengenalan

Pada pembahasan yang lalu telah dibincangkan mengenai diskriminasi harga dan pendapat para sarjana Islam tentang boleh tidaknya diskriminasi harga dilaksanakan. Setelah mengetahui gambaran secara umum mengenai teori, sekarang kita akan mengupas lebih lanjut mengenai diskriminasi harga di Kafetaria Kelab FRIM lebih khusus dan memfokus. Oleh kerana itu kita akan membincangkan tentang diskriminasi harga atau perbezaan pemberian harga secara khusus di Kafetaria Kelab FRIM sebagai fokus kajian.

Kafetaria¹ Kelab FRIM yang berada di bawah naungan Kelab FRIM² merupakan salah satu bahagian dalam organisasi FRIM sendiri. Kafetaria Kelab FRIM merupakan restoran terbesar dalam FRIM. Untuk melaksanakan aktivitinya, Kelab FRIM menyerahkan kepada sesebuah syarikat yang mampu menjalankan aktiviti dalam memenuhi berbagai kegiatan di dalam FRIM. Oleh kerana itu, Kelab FRIM membuat suatu tawaran yang diberikan kepada mana-mana syarikat yang mampu menjalankan aktiviti tersebut. Agar mendapatkan tawaran tersebut, sesebuah syarikat harus memenuhi prasyarat yang ditentukan oleh Kelab FRIM agar syarikat tersebut benar-benar mampu dan sanggup dalam menjalankan segala aktiviti dalam FRIM.

¹Kafé berasal dari bahasa Perancis *café*. Artinya adalah (minuman) kopi, tetapi kemudian menjadi tempat di mana seseorang boleh minum-minum, tidak hanya kopi, tetapi juga minuman lainnya. Di Malaysia, kafe berarti semacam tempat sederhana, tetapi cukup menarik di mana seseorang boleh menikmati makanan ringan hingga makanan berat.

²Kelab FRIM adalah salah satu bahagian dalam FRIM yang menguruskan bermacam-macam sukan, pertandingan-pertandingan sampai pada acara-acara keluarga termasuk menguruskan Kafetaria Kelab FRIM.

Prasyarat dalam mendapatkan tawaran, syarikat mesti mampu dalam menyediakan jamuan besar seperti hari keluarga yang dapat mencapai jumlah 2000 sampai 20000 orang, wajib memiliki sijil sistem kawalan kebersihan usaha katering dari Kementerian Kesihatan dan harus berbentuk syarikat sendirian berhad agar dapat mengikuti tawaran yang ada. Juga harus memiliki pakar mengenai zat makanan (nutrien), serta memiliki peralatan memasak dan makan yang lebih lengkap serta alat sterilisasi peralatan yang baik. Hal ini berkaitan dengan pencegahan penyakit melalui peralatan memasak dan makan. Kemudian yang terakhir persyaratan khusus yang ditetapkan oleh piawai antarabangsa seperti ISO 9002, sijil HCCP dan lain-lain³.

Pada masa ini syarikat yang mendapat tawaran mengurus Kafetaria Kelab FRIM adalah syarikat Rukiah Home Cooked Food⁴, sebuah syarikat yang bergerak dalam bidang katering dan restoran, serta penyediaan pesanan makanan dengan wilayah katering yang cukup luas. Walau bagaimanapun dalam kajian ini kita akan mengambil satu bagian sahaja sebagai fokus utama yaitu diskriminasi harga makanan dalam Kafetaria Kelab FRIM yang dijalankan oleh Syarikat Rukiah Home Cooked Food.

4.2. Penetapan Harga di Kafetaria Kelab FRIM

Apabila kita membahas harga di sebuah kafé atau yang kita bahas di sini adalah Kafetaria Kelab FRIM, pastilah akan melihat kepada penetapan harga

³En. Shafe'i, Ketua Jabatan Kelab FRIM. Temubual pada 5 Oktober 2010.

⁴Rukiah Home Cooked Food adalah syarikat yang bekerja dalam menyediakan perkhidmatan makanan katering. Kerana perkhidmatan yang sangat luas ini maka kerajaan Malaysia khususnya Kementerian Belia dan Sukan (KBS) menjadikannya salah satu bahagian penyediaan makanan dalam acara Kejohan Jaguh Renang KSN (Komplek Sukan Negara, yang turut menjadi platform menyatukan semua lapisan masyarakat selaras dengan gagasan 1Malaysia saranan Perdana Menteri, Datuk Seri Najib Tun Razak. (Mohd Badlishah Mohd Ali dalam Berita Harian online, 2010/10/15).

makanan yang dikenakan kepada para pelanggan. Harga makanan ini merupakan harga yang telah ditetapkan oleh syarikat terhadap pelbagai macam makanan yang dibuatnya. Penetapan harga ini berdasarkan kepada tingkat kewajaran dan harga pasaran yang ada. Dan tentunya disesuaikan dengan kemampuan beli masyarakat tidak melebihi batas kewajaran⁵.

Untuk mengetahui maklumat penetapan harga di Kafetaria Kelab FRIM, penulis melakukan satu temu bual bersama Syarikat Rukiah Home Cooked Food. Dan penulis berjaya menemu bual dengan beberapa orang yang memiliki autoriti dan kelayakan tentang perihal penetapan harga di Kafetaria Kelab FRIM⁶. Daripada temu bual yang dilakukan tersebut, dapatlah diketahui bahawa harga makanan yang ditetapkan bagi semua jenis makanan dalam menu⁷ yang berupa, kuih muih⁸, nasi lauk campur⁹, masakan India¹⁰, masakan panas Thailand¹¹, minuman¹², adalah

⁵“Tindakan pengusaha restoran yang mengenakan caj terlalu tinggi terhadap segelas air kosong di beberapa restoran di ibu negara nyata menimbulkan rasa tidak puas hati di kalangan pelanggan. Caj air kosong antara 60 hingga 80 sen yang dikenakan ke atas pelanggan disifatkan sebagai melampau dan tidak masuk akal jika dibandingkan dengan kos sebenar penyediaan minuman terbabit, padahal ada pengusaha sanggup menyediakan sajian air kosong tanpa sembarang bayaran kerana ia tidak membabitkan kos yang tinggi seperti gula mahupun perasa. Pengarah Komunikasi Gabungan Persatuan Pengusaha Malaysia (FOMCA), Mohd Yusof Abdul Rahman, berkata pelanggan boleh memainkan peranan untuk mengelakkan situasi pengusaha mengambil keuntungan melampau dengan membuat aduan dibahagian penguat kuasa Kementerian Perdagangan Dalam negeri. Berita harian, Des 5, 2011:18.

⁶En. Lokman, En. Ariz, Puan Rukiah dan En. Zakkiudin, Pengurus Syarikat Rukiah Home Cooked Food. Temubual pada 9 Oktober 2010.

⁷Menurut Kinton dan Caserani (2000), disebutkan bahawa : “Menu or a bill of fare is a list of prepared and presentation should attract customer and represent value for money”, dalam terjemahannya berarti, menu adalah sebuah daftar makanan yang telah dilengkapi dengan harga masing-masing, yang disediakan dan ditampilkan untuk menarik pelanggan serta memberikan nilai terhadap sejumlah uang terhadap makanan yang ditawarkan. Menurut Endar Sugiarto dan Sulartiningrum (2001), menyatakan bahawa: “Menu adalah daftar makanan yang telah dipersiapkan yang tersedia di dalam restoran”. Menurut Putra Suarhana (2002) menyatakan bahawa: “Menu adalah daftar makanan yang tersedia untuk pelanggan”. Pada dasarnya makanan/hidangan yang tersedia haruslah disusun berdasarkan “Menu Skeleton” (kerangka menu) sebagai berikut: Appetizer (Hidangan Pembuka), Soup (Sop), (masih termasuk hidangan pembuka), Main Course (Hidangan Pokok), Dessert (Hidangan Penutup). Jadi menu adalah sebuah susunan daftar makanan yang telah tersedia dan siap untuk dihidangkan mulai dari appetizer (makanan pembuka) sampai dessert (makanan penutup).

⁸*Macam-macam kuih-muih.

⁹*Menu nasi campur.

¹⁰Capati, tosse, roti canai, roti-nan, roti bom, roti telur, roti telur-bawang, roti sarden, roti pisang, roti tissue, roti bakar, dan roti bawang.

¹¹*Menu Makanan Thailand.

berbeza antara kakitangan FRIM dan bukan kakitangan. Perbezaan harga ini berdasarkan keputusan daripada FRIM untuk memberikan sebarang potongan harga kepada kakitangan terhadap sebahagian makanan. Ini disenaraikan pertama kali dalam perjanjian kontrak antara syarikat dan pihak FRIM yang bearti syarikat tidak boleh melebihi batas harga maksimum terhadap harga jual di dalam Kafetaria yang telah ditetapkan oleh pihak FRIM. Apabila syarikat dapat memberikan harga yang rendah dengan menu yang istimewa maka ia tetap amatlah digalakkan dan dialu-alukan. Tetapi pengusaha juga dapat memberikan harga makanan sendiri di luar itu, apabila ada pesanan dan sebagainya.

Pemberian potongan harga tersebut adalah untuk memberikan keringanan kepada para pelanggan daripada kakitangan yang berbelanja hampir setiap hari dan mereka adalah pelanggan tetap Kafetaria Kelab FRIM¹³ kerana FRIM juga memberikan harga sewa bangunan yang cukup rendah kepada syarikat¹⁴. Bukan setakat itu sahaja, keringanan harga tersebut diberikan kepada kakitangan yang memesan makanan melalui katering¹⁵ kepada Syarikat Rukiah Home Cooked Food. Pemberian keringanan harga tersebut disebabkan katering di Kafetaria merupakan pusat untuk menerima tempahan makanan dan minuman untuk segala pertemuan disetiap sektor-sektor bahagian dalam FRIM.

¹²Tea O, tea, tea O limau ais, kopi O, kopi, milo, horlick, nescafe, nescafe O, barli, neslo, sirap bandung, sirap bandung cincau, tea tubruk, juss mangga, orange, apple, laici, belimbing, nenas, tembikai, carrot susu, tembikai susu (honey dew), ABC, laici kang, mata kucing, air buah, cincau.

¹³En. Shafe'i, Ketua Jabatan Kelab FRIM. Temubual pada 10 Oktober 2010.

¹⁴Harga sewa RM80.00, sehari, Oktober 2010.

¹⁵Perkhidmatan katering terdapat di dalam pelbagai bentuk dan jenis. Antaranya ialah perkhidmatan restoran, perkhidmatan katering secara kontrak, perkhidmatan katering secara tempahan, perkhidmatan katering pengangkutan dan perkhidmatan katering bergerak. Perkhidmatan katering secara amnya terbahagi kepada dua bahagian iaitu perkhidmatan katering secara komersil dan perkhidmatan katering secara kebajikan atau subsidi. Perkhidmatan katering secara komersil dijalankan di sesebuah syarikat yang mana katering merupakan aktiviti utama atau sekunder syarikat tersebut. Perkhidmatan katering secara kebajikan atau subsidi lazimnya dijalankan di institusi-institusi seperti sekolah, pusat pengajian tinggi, hospital, kolej, penjara dan perkhidmatan kebajikan. Di institusi-institusi pengajian tinggi dan badan-badan milik kerajaan khususnya, perkhidmatan katering secara kontrak dilaksanakan.

Sedangkan penetapan harga kepada bukan kakitangan adalah sama tidak ada pemotongan kecuali untuk kanak-kanak. Potongan harga untuk kanak-kanak dikenakan untuk jenis bahan makanan nasi campur. Ini disebabkan kanak-kanak memiliki pengambilan makanan yang lebih sedikit berbanding dengan jumlah orang dewasa.

4.3. Prosedur Penetapan Harga Makanan di Kafetaria Kelab FRIM

Salah satu keputusan yang sukar dihadapi suatu syarikat adalah menetapkan harga. Meskipun cara penetapan harga yang dipakai sama bagi setiap syarikat yaitu didasarkan pada kos, persaingan, permintaan, dan laba. Tetapi kombinasi optimal dari faktor-faktor tersebut berbeza sesuai dengan sifat produk, pasarnya, dan tujuan syarikat.

Penetapan harga di dalam Kafetaria ditetapkan oleh FRIM sendiri. Kadar harga tersebut tidak langsung serta-merta dilaksanakan oleh syarikat. Ia nya perlu melalui proses khas dimana syarikat pengusaha restoran tersebut akan membuat kertas senarai harga cadangan berdasarkan pada harga bahan mentah semasa. Hal ini disebabkan harga yang disenaraikan oleh FRIM dibuat secara umum, kurang melihat pada harga setiap jenis bahan mentah dipasaran. Selanjutnya tugas syarikat untuk memperincikan senarai makanan yang telah masak dengan harga yang wajar dan berpatutan.

4.4. Strategi Pemasaran dengan Campuran Pemasaran

Sebagaimana telah dibincangkan sebelum ini, bahawa untuk mencapai kejayaan syarikat dalam usahanya haruslah membentuk campuran perniagaan iaitu terdiri daripada kesemua aktiviti yang akan dilakukan untuk mempengaruhi permintaan keluaran di dalam perniagaan. campuran perniagaan boleh dibahagikan kepada empat pembolehubah dikenali sebagai “4P”: *product*, *price*, *place* dan *promotion* iaitu keluaran, harga, tempat dan promosi. Di sini Kafetaria Kelab FRIM menggunakan strategi campuran bagi memasarkan keluaran yang sedia ada.

a. Keluaran (*Product*). Berdasarkan kajian selidik yang telah di buat, pihak pengurusan di Kafetaria Kelab FRIM masih mahu mengekalkan keluaran yang sedia ada seperti hidangan secara “*buffet dan ala carte*” yang menjanjikan pelbagai menu istimewa yang dapat memenuhi cita rasa pelanggan, dari makan pagi hari (sarapan), hidangan makan tengah hari dan petang. Pakej-pakej ini mendapat sambutan yang begitu memberangsangkan daripada pihak pelanggan¹⁶. Keluaran terbaharu yang ditawarkan adalah masakan Thailand yang dibuka sejak pukul 11 pagi sampai 8 malam. Pakej ini ditawarkan agar masyarakat yang duduk tinggal dalam FRIM boleh membeli masakan panas yang lebih dekat dari kawasan tempat tinggalnya. Selain dari keluaran hargapun harus diperhatikan.

b. Harga (*Price*). Dalam sesebuah perniagaan harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli. Pada masa yang sama, penentuan harga dan persaingan harga adalah masalah nombor satu yang dihadapi oleh kebanyakan eksekutif pemasaran di setiap syarikat. Tanpa perletakan harga yang sebenar maka sesebuah perniagaan itu boleh mengalami kerugian dalam produk yang ingin

¹⁶Pemerhatian penulis terhadap Kafetaria Kelab FRIM.

dipasarkan. Oleh kerana itu, di Kafetaria Kelab FRIM menawarkan harga yang sungguh berpatutan serta ingin meningkatkan produk, kualiti serta perkhidmatan yang cekap. Kafetaria Kelab FRIM telah mencadangkan untuk menggunakan beberapa pendekatan bagi penentuan harga bagi sesuatu keluaran di antaranya:

i) Penentuan Harga Psikologi

Dalam psikologi harga pengguna akan lebih menilai harga sesuatu barang mengikut emosi berbanding berfikir secara rasional ketika membeli¹⁷. Strategi yang digunakan seperti harga ganjil, genap, harga prestij, pembarisan harga. Contohnya adalah seperti jika harga sesuatu barang berharga 9.99 sen lebih murah berbanding RM10.00. Perbezaan harga sebenar hanyalah 1 sen, tetapi perbezaan psikologi boleh wujud padar kadar yang lebih besar. Pendekatan secara psikologi telah diterapkan di Kafetaria Kelab FRIM. Contohnya harga minuman milo RM2.00 tetapi dijual dengan harga RM1.90, harga roti gulung sarden RM1.00 dijual RM0.90 dan mee kari RM4.00 dijual RM3.90.

ii) Penentuan Harga Diskaun

Kafetaria Kelab FRIM juga akan melaraskan harga asas untuk mengambil kira pelbagai perbezaan pelanggan dan situasi yang berubah-ubah untuk memberi ganjaran kepada pelanggan-pelanggan yang kerap berkunjung. Pelarasan harga ini boleh berada dalam pelbagai pakej. Salah satunya adalah diskaun tunai kepada pembeli yang membayar bil melebihi RM50.00. Pemberian diskaun bagi kanak-kanak dan warga emas, juga memberi potongan harga bagi pelanggan yang membeli kuih muih dari mulai pukul 3-6 petang. Selain daripada memberi diskaun tunai,

¹⁷Jabatan Pendidikan Negeri Kedah (2005), "Bab 3", *Modul Pengajaran Dan Pembelajaran Pengajian Perniagaan STPM*. Unit Kurikulum Jabatan Pendidikan Negeri Kedah Darul Aman, h. 64.

pelanggan yang berkunjung juga akan mendapat diskaun jika mereka yang datang dalam jumlah yang besar ataupun ingin membuat sesuatu majlis keramaian. Diskaun-diskaun yang diberikan ini dapat memberikan suatu insentif kepada pelanggan untuk terus berkunjung ke Kafetaria Kelab FRIM. Selain daripada strategi perletakan harga memainkan peranan penting di dalam campuran pemasaran, promosi juga amat penting bagi menjamin keluaran kita diketahui umum.

c. Promosi (*Promotion*). Terdapat juga anggapan bahawa keluaran yang berkualiti akan terjual dengan sendirinya. Tetapi, dalam strategi mempromosi, pemasar melaksanakan aktiviti memperkenalkan keluaran yang hendak ditawarkan kepada pengguna. Dalam usaha tersebut pelbagai kaedah promosi perlu dilaksanakan agar pengguna mengetahui, memahami dan seterusnya membuat keputusan untuk menggunakan keluaran tersebut. Tanpa aktiviti promosi, pemasaran keluaran yang berkualiti sekalipun tidak menjadi aktif dan syarikat sukar untuk memasarkan pengeluarannya. Untuk menarik pengguna membeli produk bukannya tugas yang mudah. Mereka perlu dipengaruhi, bukan setakat diperkenal sahaja. Mereka perlu diberi kesedaran hingga mereka merasa perlu untuk membeli keluaran yang ditawarkan. Promosi yang dijalankan oleh Kafetaria Kelab FRIM berupa:

i) Pengiklanan melalui internet

Perkembangan teknologi masa kini membolehkan syarikat menyebarkan maklumat mengenai keluaran yang ada melalui pelbagai media. Sebagai sebuah restoran yang berpotensi, peluang yang ada tidak seharusnya dipersiapkan. Oleh yang demikian satu laman web bagi restoran ini akan diwujudkan bagi menyampaikan maklumat kepada pelanggan secara pantas dan tepat. Di masa yang sama, pelanggan dapat membuat sebarang tempahan melalui laman web ini. Selain dari itu,

penggunaan laman web ini dapat memberi pandangan yang baik mengenai Kafetaria ini di mata umum. Ini dapat menunjukkan bahawa restoran ini bermotivasi tinggi di mana ia mengikuti perkembangan semasa bagi memudahkan pelanggan.

ii) Kerjasama dengan syarikat pengangkutan awam

Syarikat pengangkutan awam juga memainkan peranan penting dalam dunia pengiklanan. Penggunaan khidmat teksi sangat memungkinkan kerana merupakan duta kecil di Malaysia. Pemandu teksi boleh memainkan pelbagai peranan untuk menyebarkan maklumat melalui selebaran atau pun membawa langsung pelancong untuk datang langsung ke Kafetaria Kelab FRIM. Banyak pemandu teksi yang telah melakukan hal terbabit dan tentunya ada bonus tertentu bagi sesiapa yang berjaya membawa pelanggan menikmati pakej makanan di Kafetaria Kelab FRIM.

iii) Kerjasama dengan agensi pelancongan

Kerjasama ini perlu diwujudkan memandangkan ia dapat memberi impak yang besar terhadap aliran kunjungan pelanggan. Agensi pelancongan juga merupakan tempat rujukan utama bagi sebarang persoalan dari pelancong samada dari dalam mahupun luar negara. Hubungan yang baik di antara agensi dan pelancong akan mewujudkan satu kepercayaan dan keyakinan terhadap apa yang disampaikan kepada pelancong oleh pihak agensi. Di sini, agensi pelancongan boleh mengesyorkan agar pelancong mengunjungi kafetaria ini kerana mereka seolah-olah berada di pelbagai lokasi jika berada di kafetaria ini kerana kepelbagaian makanannya. Selain dari itu persekitaran FRIM yang menarik, berupa taman rekreasi, tempat pelancongan, peristirehatan, penelitian, aktiviti keluarga dan sebagainya.

d. Tempat (*Place*). Kafetaria Kelab FRIM terletak di tengah-tengah pusat Forest Research Institute Malaysia (FRIM). FRIM terletak 15 km dari pusat bandaraya Kuala Lumpur. Kedudukannya strategik kerana merupakan tempat penelitian, pembelajaran, rekreasi, olah raga, tempat pelancongan dari pelbagai Negara, dan lain-lain. Juga tak kurang dari 1000 kakitangan yang bekerja dalam FRIM.

4.5. Analisis Metode Penetapan Harga Oleh Kafetaria Kelab FRIM

Metode yang diterapkan oleh Kafetaria Kelab FRIM dalam menetapkan harga adalah berdasarkan kepada tiga metode, iaitu menggunakan penetapan harga umum, harga geografis¹⁸ dan harga diskriminasi. Penetapan harga umum yang dalam artian syarikat mendasarkan harganya pada harga pesaing. Syarikat mungkin akan menggunakan harga yang lebih mahal, lebih murah atau pun relatif sama daripada pesaingnya tergantung daripada kualiti dan kuantiti makanan. Di dalam FRIM ada gerai-gerai kecil yang terdapat dibahagian barat FRIM, tempatnya dekat air terjun, tempat ini agak strategik dan merupakan pesaing bagi syarikat di Kafetaria Kelab FRIM untuk menarik pelanggan tetap daripada staf, juga gerai-gerai makan yang berada di luar kawasan FRIM yang juga pesaing bagi Kafetaria. Oleh kerana itu harga sangat diperhatikan agar pelanggan-pelanggan tetap tidak beralih kepada peniaga-peniaga kecil yang berada dekat air terjun dan juga yang berada di luar kawasan FRIM, tetapi syarikat tidak mempermasalahkan bagi para pelancong luar yang datang, kerana pelancong tidak memperhatikan akan hal itu maka syarikat bisa langsung “*membabat habis*” harga buat mereka.

¹⁸Jabatan Pendidikan Negeri Kedah (2005), *Ibid.*, h. 64.

Syarikat pun menetapkan metode untuk menetapkan harga berdasarkan geografis, dalam artian syarikat menetapkan harga berdasarkan daerah asal pelancong yang datang. Syarikat akan menetapkan harga yang berbeza apabila pelancong datang dari negara maju seperti UK, USA atau pun Eropah, berbeza dengan mereka yang datang dari negara-negara membangun, disebabkan kemampuan daya beli pelancong dari Negara maju lebih tinggi dilihat dari nilai tukar mata wang negara tersebut terhadap dollar Amerika Syarikat. Para pelancong yang datang dari negara maju akan menganggap sangat murah harga yang umum yang ditetapkan oleh syarikat¹⁹. Maka syarikat menaikkan harga apabila pelancong banyak dari negara maju, dan menurunkan sedikit harga bagi pelancong yang datang dari negara membangun bahkan boleh relatif sama dengan harga pelancong Malaysia sendiri.

Syarikat juga menetapkan harga diskriminatif, iaitu penetapan harga berbeza yang dikenakan kepada kakitangan dan bukan kakitangan serta pelancong yang datang dari negara yang berbeza. Walaupun penetapan harga daripada pelancong dari negara yang berbeza, namun ianya juga boleh diterapkan strategi penetapan harga berbeza berdasarkan geografis. Syarikat juga mengenakan harga berbeza bergantung dari kuantiti dan kualiti makanan yang dibeli.

4.6. Diskriminasi Harga Makanan di Kafetaria Kelab FRIM

Setelah membahas tentang diskriminasi secara luas, selanjutnya penulis akan membicarakan diskriminasi harga makanan secara khusus di dalam Kafetaria Kelab FRIM. Diskriminasi harga makanan di Kafetaria Kelab FRIM dapat dimasukkan ke

¹⁹Temubual dengan beberapa pelancong dari negara yang berbeza. 1 November 2010.

dalam teori diskriminasi harga berupa diskriminasi harga darjah pertama, kedua dan ketiga serta prasyarat berlakunya diskriminasi harga.

Menurut pengamatan penulis diskriminasi harga darjah pertama tidak terdapat di dalam Kafetaria Kelab FRIM. Kerana diskriminasi ini akan terbentuk apabila syarikat mengenakan harga paling tinggi yang sanggup dibayar oleh para pengguna terhadap suatu barang ataupun perkhidmatan dan ini disebut sebagai diskriminasi harga sempurna yang biasanya terjadi tawar menawar antara penjual dan penggunaan seperti dalam majlis lelongan. Sedangkan harga makanan yang terdapat di dalam Kafetaria Kelab FRIM telah ditetapkan dan tidak ada tawar menawar apatah lagi majlis lelong-lelong.

Diskriminasi harga darjah dua terjadi di Kafetaria Kelab FRIM. Semakin banyak barang yang dibeli, semakin rendah harganya. Diskriminasi harga darjah kedua ini mementingkan kuantiti barangan makanan yang dibeli. Pemberian potongan harga makanan oleh Syarikat Rukiah adalah untuk para kakitangan FRIM dan para pelajar yang sekolahnya berada tepat di hadapan Kafetaria Kelab FRIM.

Pemberian potongan harga ini merupakan salah satu strategi yang diterapkan oleh syarikat sesuai dengan bauran perniagaan yang dijalankan, untuk mengekalkan pelanggan agar tetap setia. Selain dari itu pemberian diskaun ini adalah salah satu usaha syarikat dalam menyokong aspirasi kerajaan dan sebagai salah satu cara memberikan perkhidmatan dan tanggungjawab sosial terhadap masyarakat. Meskipun pemberian diskaun ini masih sedikit kerana memandangkan pembiayaan bahagian lain syarikat yang harus dipenuhi.

Selanjutnya diskriminasi harga darjah ketiga. Pada kategori ini pihak syarikat membezakan berdasarkan, profesi, umur, tempat (geografi), pendapatan dan lain sebagainya. Pihak syarikat akan memberikan potongan sebesar 10% bagi kanak-kanak, orang tua dan pelajar. Sebagai contoh harga sepotong ikan RM3.00, bagi para pelajar, orang tua dan kanak-kanak syarikat memberi harga RM2.70 sahaja. Kepada kakitangan FRIM syarikat memberi potongan sebanyak 15%, jadi harga sepotong ikan RM2.50 sahaja. Pemberian potongan lebih tersebut melihat kakitangan FRIM merupakan pelanggan tetap, bukan itu sahaja, kebanyakan mereka hampir setiap hari bersarapan dan makan siang di dalam Kafetaria Kelab FRIM.

Lain halnya dengan pelancong yang datang dari negara maju, UK, USA, Eropah, negara yang memiliki nilai mata wang lebih tinggi, syarikat memberikan harga lebih tinggi. Sebagai contoh harga minuman aneka jus buah adalah RM3.00, untuk pelancong asing dikenakan harga RM5.00²⁰. Berbeza halnya dengan mereka yang berasal dari negara-negara membangun, India, Laos, Bangladesh dan lain-lain, dalam kes ini syarikat memberikan harga piawai²¹. Pemberian ini dikenakan mengingat nilai mata uang mereka yang lebih rendah.

Dalam hal ini penulis dapati bahawa Kafetaria Kelab FRIM tidak mencantumkan harga makanan untuk pelancong asing dari negara yang berbeza, Kafetaria hanya mencantumkan harga kakitangan dan bukan kakitangan sahaja. Sedangkan harga bukan kakitangan berbeza antara pelancong asing negara maju dan negara membangun. Dengan tidak mencantumkan harga makanan yang berbeza bagi

²⁰Perlakuan diskriminasi harga yang lebih mahal tersebut kerana nilai mata uang mereka lebih tinggi. Jadi apabila ditetapkan harga piawai RM3.00, mereka akan merasa terlalu sangat murah. (penulis melakukan temubual bersama beberapa pelancong dari UK dan USA). 10 Oktober 2010.

²¹Penulis melakukan temubual dengan beberapa pelancong dari negara-negara berkembang. Dan hasilnya mereka merasa berat dengan harga yang ditetapkan untuk pelancong dari negara-negara maju. Daripada itu syarikat memberikan keringanan dengan memberikan harga piawai. 10 Oktober 2010.

pelancong dari negara yang berbeza dapat menimbulkan kesalahfahaman bagi para pengguna yang datang dari luar negara dan ini bertentangan dengan patuh syariah.

Nasrun Haroen menulis dalam bukunya yang berjudul *Fiqh Muamalah* menjelaskan bahawa dalam jual beli memiliki syarat-syarat, salah satu syarat jual beli iaitu harga yang ditetapkan mestilah jelas dan terukur, serah terima yang dilakukan pun dengan jelas²². Jadi Kafetaria Kelab FRIM mestilah mencantumkan daftar harga agar jelas dan dapat diketahui oleh para pengguna khususnya dalam penetapan harga bagi para pelancong asing dan mencantumkannya.

Penulis pun mendapati bahawa Kafetaria Kelab FRIM tidak menyediakan kotak saran, kerana kotak saran ini sangat penting untuk mendengar maklum balas daripada pengguna dan masyarakat sekitar apabila ada kritik atau pun saran-saran penambahbaikan dalam pelayanan, menu makanan, serta kemudahan yang lain.

Dalam kajian selanjutnya kita lihat sama ada Kafetaria Kelab FRIM yang dijalankan oleh Syarikat Rukiah Home Cooked Food memenuhi prasyarat untuk melaksanakan diskriminasi harga. Sebagaimana telah kita bicarakan bahawa sebuah syarikat menjadi pengamal diskriminasi harga apabila memiliki kuasa monopoli²³, kemampuan pengasingan pasaran dan tahap penguasaan keanjalan permintaan pelanggan mereka.

Kafetaria Kelab FRIM yang dijalankan oleh Syarikat Rukiah Home Cooked Food keberadaannya dalam FRIM tidaklah berdiri sendiri, masih ada gerai-gerai kecil dekat air terjun dan gerai-gerai yang memberikan khidmat pelayanan makanan. Perkhidmatan katering yang dilakukan oleh Syarikat Rukiah ternyata tidaklah

²²Nasrun Haroen (2007), *Fiqh Muamalah*, c. 2. Jakarta: Gaya Media Pratama, h. 149

²³Prijono Tjiptoherijanto (2012), *op.cit*, JAWA POS, 25 Januari 2012.

berseorangan masih ada perkhidmatan katering yang dilakukan oleh Kafetaria Siswa yang berada lebih kurang 200 meter dari Kafetaria Kelab FRIM, yang mana mereka pun menyediakan perkhidmatan katering dan tempahan jamuan untuk acara rasmi. Oleh yang demikian Kafetaria Kelab FRIM tidak memiliki kuasa monopoli dalam menjual tempahan makanan di dalam FRIM. Walaupun Syarikat Rukiah tidak memiliki kuasa monopoli sepenuhnya tetapi banyak pengguna memilih Kafetaria Kelab FRIM sedangkan di dalamnya masih banyak gerai-gerai makanan, semua itu disebabkan makanan yang disediakan Kafetaria lebih sedap dengan berbagai macam menu dan pilihan, harga yang berpatutan, layanan yang memuaskan dan tempat yang strategik.

Prasyarat kedua berkenaan dengan kemampuan syarikat mengasingkan pasarannya. Penulis mendapati daripada hasil kajian yang dilakukan, Syarikat Rukiah berhasil mengasingkan pasarannya mengikuti kategori demografi (umur dan profesi), juga berdasarkan geografi pelancong yang datang dari negara yang berbeda. Syarikat berjaya membezakan harga makanan berdasarkan kategori tersebut. Juga pembezaan pembelian dengan kuantiti yang berbeza, semakin banyak membeli akan semakin banyak mendapatkan potongan harga.

Prasyarat yang ketiga iaitu syarikat menguasai keanjalan permintaan (*elasticity of demand*). Dengan menguasai prasyarat ini syarikat dapat menjalankan diskriminasi harga. Ini dapat dibuktikan dengan pembedaan pembeli antara kakitangan dan bukan kakitangan, antara kanak-kanak dan orang dewasa, antara warga negara dan warga asing. Walaupun tanpa ada maklumat tentang keanjalan permintaan tetapi syarikat boleh melaksanakan diskriminasi harga kerana syarikat boleh untuk membezakan di antara para pengguna tersebut iaitu pengguna daripada

kakitangan dan bukan kakitangan. Pengguna daripada kakitangan FRIM lebih anjal permintaannya berbandingkan permintaan pengguna bukan kakitangan kerana kakitangan FRIM berbelanja hampir setiap hari. Kenaikan harga makanan akan sangat memberikan kesan yang besar terhadap kakitangan FRIM²⁴ dari pada pengguna bukan kakitangan.

Penulis menyimpulkan, Kafetaria Kelab FRIM yang dijalankan usahanya oleh Syarikat Rukiah Home Cooked Food telah berjaya menjalankan diskriminasi harga makanan iaitu pembezaan harga makanan tergantung kepada kriteria yang telah ditentukan di atas. Meskipun secara teorinya kurang menepati prasyarat diskriminasi harga secara tepat dan terperinci. Diskriminasi harga tidaklah selalu kurang baik, banyak kebaikan dari diskriminasi harga yang dapat kita ketahui apabila dikaji lebih mendalam²⁵. Dapat dibayangkan apabila semua harga makanan sama tidak melihat status, usia, tempat dan sebagainya. Di situ akan timbul suatu kezaliman, kerana persamaan tidak bermaksud adil, tetapi adil adalah menempatkan sesuatu pada tempatnya. Pemberian kadar harga yang lebih murah kepada staf FRIM yang setiap hari berbelanja adalah adil dibanding dengan orang lain yang mungkin berbelanja cukup sekali untuk selamanya.

²⁴Perubahan harga bisa mengakibatkan merungut dikalangan staf FRIM.

²⁵Dapat meluaskan pasaran dan mengurangkan jurang perbezaan pendapatan, syarikat dapat memberikan harga yang rendah kepada yang kurang mampu, dapat membezakan harga mengikut kemampuan membayar, akan semakin ramai pengguna yang mampu peroleh barang dan perkhidmatan, dan meningkatkan kebajikan masyarakat.

<p>Diskriminasi Harga Darjah Ke-1:</p> <p>Syarikat mengenakan harga yang sanggup dibayar oleh pengguna.</p>	<p>Ciri-ciri:</p> <p>Dinamakan diskriminasi harga sempurna dengan setiap pengguna akan dikenakan tingkat harga maksimum atau harga yang sanggup dibayar untuk suatu jenis barang.</p> <p>Harga berbeza bukan sahaja dikenakan mengikut pengguna berbeza malah pengguna yang sama juga akan dikenakan harga yang berlainan bergantung kepada kemampuan membayar untuk memperoleh suatu barang ataupun perkhidmatan.</p>	<p>Amalan di Kafetaria Kelab FRIM (KKF):</p> <p>Tidak ada</p>	<p>Catatan:</p> <p>Syarikat hanya memberikan harga tetap yang sesuai dengan daftar harga dalam menu. Tidak ada harga yang dirunding (dilelong), meskipun ada itu pun sangat sedikit.</p>
<p>Diskriminasi Harga Darjah Ke-2:</p> <p>Syarikat menetapkan harga yang berbeza bagi kuantiti barang atau perkhidmatan yang berbeza. Semakin banyak barang dibeli semakin rendah</p>	<p>Ciri-ciri:</p> <p>Syarikat mengenakan harga yang berbeza berdasarkan kuantiti barang yang dibeli. Semakin banyak barang atau perkhidmatan yang digunakan semakin rendah harganya.</p>	<p>Amalan di Kafetaria Kelab FRIM (KKF):</p> <p>Syarikat memberikan potongan harga kepada pengguna yang berbelanja makanan dalam kuantiti yang banyak, ataupun pelanggan memesan makanan untuk acara-acara besar seperti</p>	<p>Catatan:</p> <p>Banyak pengguna memesan makanan dalam jumlah banyak kerana adanya potongan harga.</p>

harganya.		acara hari keluarga, kenduri kahawin dan sebagainya.	
<p>Diskriminasi Harga Darjah Ke-3:</p> <p>Syarikat dapat membahagikan kepada bahagian/segmen yang berlainan dan setiap bahagian mempunyai keanjalan permintaan yang berlainan</p>	<p>Ciri-ciri:</p> <p>Meletakkan harga berbeza mengikut kumpulan pengguna.</p> <p>Kumpulan pengguna mengikut kriteria tertentu, seperti jantina, kelas sosial, geografi dan sebagainya.</p> <p>Setiap bahagian pengguna mempunyai keanjalan permintaan yang berbeza. Tingkat harga yang lebih tinggi akan dikenakan ke atas pengguna yang mempunyai keanjalan permintaan kurang anjal. Manakala harga rendah dikenakan ke atas pengguna yang mempunyai keanjalan permintaan yang lebih anjal.</p>	<p>Amalan di Kafetaria Kelab FRIM (KKF):</p> <p>Syarikat telah berjaya membezakan pengguna berdasarkan profesi, umur dan tempat (geografi). Pihak syarikat memberikan potongan sebesar 10% bagi kanak-kanak, orangtua dan pelajar.</p> <p>Syarikat memberikan harga yang berbeza kepada pelancong yang datang dari negara-negara maju dan negara-negara membangun.</p>	<p>Catatan:</p> <p>Syarikat tidak mencantumkan daftar harga bagi pelancong asing yang datang dari negara-negara maju dan negara-negara membangun, kerana itu penulis memberikan saran pada pihak syarikat agar mencantumkan harga-harga tersebut agar jelas sesuai dengan patuh syariah.</p>

4.7. Kesan Diskriminasi Harga Makanan Terhadap Masyarakat.

Syarikat dan masyarakat yang bermukim di sekitar Kafetaria Kelab FRIM merupakan dua komponen yang saling mempengaruhi. Aktiviti syarikat tidak dapat dimungkiri memiliki kesan terhadap masyarakat sekitarnya. Kesan tersebut dapat berupa kesan positif iaitu berupa membantu meringankan beban belanja, penciptaan lapangan pekerjaan dan peningkatan ekonomi.

Dengan melakukan diskriminasi harga, Kafetaria Kelab FRIM mengambil pendekatan sebagaimana dalam al-Qur'an untuk membantu mengurangi beban belanja dengan melakukan pemotongan harga.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

“Dan juga mereka (yang diredai Allah itu ialah) yang apabila membelanjakan hartanya, tiadalah melampaui batas dan tiada bakhil kedekut; dan (sebaliknya) perbelanjaan mereka adalah betul sederhana di antara kedua-dua cara (boros dan bakhil) itu”.

Sūrah al-Furqān (25) : 67

قُلْ يَاعِبَادِيَ الَّذِينَ أَسْرَفُوا عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ لَا تَقْنَطُوا مِن رَّحْمَةِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يَغْفِرُ الذُّنُوبَ جَمِيعًا إِنَّهُ هُوَ الْغَفُورُ الرَّحِيمُ ﴿٥٣﴾

“Katakanlah (Wahai Muhammad): "Wahai hamba-hambaKu yang telah melampaui batas terhadap diri mereka sendiri (dengan perbuatan-perbuatan maksiat), janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah, kerana sesungguhnya Allah mengampunkan segala dosa; sesungguhnya Dialah jua yang Maha Pengampun, lagi Maha Mengasihani”.

Sūrah Az-Zumar (39) : 53

Inilah salah satu usaha Kafetaria Kelab FRIM dalam membantu orang lain agar dapat berkurangi beban belanja sehari-hari dan dapat berjimat-cermat.

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ سِرًّا وَعَلَانِيَةً فَلَهُمْ أَجْرُهُمْ
عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴿٢٧﴾

“Orang-orang yang membelanjakan (mendermakan) hartanya pada waktu malam dan siang, dengan cara sulit atau terbuka, maka mereka beroleh pahala di sisi Tuhan mereka, dan tidak ada kebimbangan (dari berlakunya kejadian yang tidak baik) terhadap mereka, serta mereka pula tidak akan berdukacita”.

Sūrah Al-Baqarah (02) : 274

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ تَبْدِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ
الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

“Dan berikanlah kepada kerabatmu dan orang miskin serta orang musafir akan haknya masing-masing; dan janganlah engkau membelanjakan hartamu dengan boros yang melampau. Sesungguhnya orang-orang yang boros itu adalah saudara-saudara Syaitan, sedang Syaitan itu pula adalah makhluk yang sangat kufur kepada Tuhannya”.

Sūrah Al-Isrā’ (17) : 26-27

Kerajaan pun sangat mengalu-alukan agar kita dapat membantu orang lain dalam mengarungi cabaran hidup ini. Sebagaimana yang diucapkan oleh bekas Perdana Menteri Malaysia, Datuk Seri Abdullah Ahmad Badawi menegaskan bahawa, “...kerajaan turut berasa keperitan rakyat dan berasakan pucuk pimpinan hendaklah menunjukkan teladan yang baik dalam menghadapi cabaran ini”²⁶.

Bukan setakat itu sahaja kesan potisif dengan adanya diskriminasi harga di Kafeteria Kelab FRIM, kesan yang lain iaitu dapat meningkatkan rizab pertukaran asing negara lain, menambah peluang pekerjaan dan peningkatan ekonomi. Dengan menggunakan diskriminasi harga darjah kedua iaitu pemotongan harga berdasarkan

²⁶Berita Harian, Jun 11, 2008:11.

kuantiti barang yang dibeli, boleh memungkinkan lebih banyak pengguna membeli dan memesan makanan di Kafetaria Kelab FRIM khusus untuk acara-acara besar seperti hari acara keluarga²⁷, acara pernikahan²⁸, acara perlombaan²⁹ dan lain sebagainya. Penyelenggaraan makanan pada acara-acara tersebut memerlukan para pekerja yang cukup banyak 20-50 orang bergantung pada banyaknya pemesanan. Dengan demikian Kafetaria Kelab FRIM memerlukan banyak pekerja tambahan (*part time*) yang biasanya diambil daripada pekerja warga tempatan, pekerja Indonesia, India, Myanmar, Bangladesh dan sebagainya. Para perkerja dari luar negara tersebut merupakan rizab pertukaran asing bagi negaranya. Biasanya setiap mereka bekerja mendapatkan wang di Malaysia selalunya dikirim ke negaranya bagi membiayai keluarga di kampung³⁰.

Dengan demikian diskriminasi harga boleh memberikan kesan positif untuk sesebuah negara khususnya Malaysia iaitu dapat memberikan peluang pekerjaan yang lebih luas untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Perdana Menteri, Datuk Seri Najib Tun Razak yang memimpin kerajaan berusaha membawa Malaysia menuju negara maju menjelang 2020³¹. Ini menunjukkan bahawa pembangunan menuju negara maju memerlukan tenaga kerja yang tidak sedikit di seluruh negeri pada am nya, sebagaimana kerajaan negeri Johor Bahru yang menjangkakan sekurang-kurangnya 800,000 tenaga kerja mahir dan separa mahir diperlukan menjelang 2015 termasuk bidang hospitaliti³².

²⁷Contoh hari keluarga Komuniti XTVT Wira SE di FRIM, 2008.

²⁸Contoh acara Pernikahan iaitu, Pernikahan Maya Karin dan Steven Shorthose di Padang Sepak Bola FRIM, 28 Ogos 2008.

²⁹Perlombaan Green Cycle II di FRIM, 6 Jun 2010.

³⁰Penulis melakukan temubual dengan beberapa pekerja dari Indonesia, India, Myanmar dan Bangladesh, 2010.

³¹Berita Harian, Jun 25, 2013:22 "Berdebat secara matang, laksana amanah rakyat".

³²Sinar Harian, Jun 24, 2013:24 "Perlu 800,000 tenaga kerja. Berikutan pembangunan pesat di Johor".

Selain kesan positif diskriminasi harga di Kafetaria Kelab FRIM, kesan negatif pun ada seperti menimbulkan ketidakpuasan hati kepada sebahagian pelanggan golongan bukan kakitangan terhadap pemotongan itu.

Namun pada kenyataannya syarikat monopolis memang dapat merugikan masyarakat³³. Namun dalam hubungannya dengan diskriminasi harga mahupun pengaturan harga tingkat dua (*two tier pricing*), monopoli dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat³⁴. Ini terlihat pada masyarakat sekitar dan kakitangan FRIM yang merasa terbantu beban belanjanya sehari-hari. Dengan menggunakan metode penetapan harga, syarikat dapat membezakan sesiapa yang berhak dapat potongan harga (*price discounting*), harga normal dan juga harga lebih³⁵.

Yang lebih hebatnya, penggunaan diskriminasi harga memungkinkan masyarakat kelas bawah dapat menikmati barang mewah dengan harga yang lebih terjangkau dan cukup murah. Dengan menggunakan diskriminasi harga tingkat dua memungkinkan syarikat melakukan peningkatan *output* melalui subsidi silang. Dengan demikian syarikat dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui diskriminasi harga tanpa merugikan badan syarikat sendiri, kerana syarikat masih boleh mendapatkan keuntungan lebih dengan melakukan diskriminasi harga.

³³Dampak negatif dari monopoli dapat mengurangi tingkat kesejahteraan pengguna (*dead weight loss*), menimbulkan eksploitasi terhadap pengguna dan pekerja, memburuknya kondisi makroekonomi negara dan memburuknya kondisi perekonomian antarbangsa.

³⁴Prathama Rahardja Mandala Manurung (2008), *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. Jakarta: Edisi Ketiga, Universiti Indonesia (UI), h. 178

³⁵Harga lebih diberikan kepada pelancong asing yang memiliki mata wang lebih tinggi dari pada ringgit malaysia.