

PENETAPAN HARGA FOTOKOPI DI ARTHUR JAYA

PRESPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

SKRIPSI



Oleh :

Indah Dwi Astuti

NIM 401200055

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2024

ABSTRAK

Astuti, Indah Dwi. “Penetapan Harga Fotokopi Di Arthur Jaya Prsespektif Etika Bisnis Islam”. Skripsi 2024. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Penetapan Harga, Fotokopi

Etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam menjalankan suatu kegiatan bisnis sesuai dengan aturan dan nilai-nilai dalam Islam. Penetapan harga dalam Islam sangat penting dan merupakan aspek penentu kegiatan ekonomi suatu tatanan masyarakat Islam. Fotokopi Arthur Jaya merupakan salah satu bentuk usaha yang bergerak pada bidang fotokopi serta menyediakan pelayanan di bidang penjualan alat tulis dan kantor. Dengan adanya penetapan harga yang berprinsip pada etika bisnis Islam dapat mewujudkan bisnis yang mashlahah, memperoleh keuntungan bisnis yang baik, dan memberikan manfaat kepada konsumen sesuai dengan harga produk yang ditetapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penetapan harga fotokopi Arthur Jaya menurut etika bisnis Islam, menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi penetapan harga pada usaha fotokopi Arthur Jaya, dan menganalisis dampak dari penetapan harga pada usaha fotokopi Arthur Jaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Fotokopi Arthur Jaya telah mampu memenuhi etika penetapan harga dalam etika bisnis Islam, pada aspek keadilan. Sedangkan pada aspek kejujuran dan tidak melipatgandakan harga masih belum diperhatikan secara maksimal, ditunjukkan dengan adanya praktik pembulatan harga. Fotokopi Arthur Jaya telah mampu memenuhi faktor-faktor dalam penetapan harga, pada aspek; biaya, persaingan, persepsi pelanggan, dan tujuan perusahaan. Sedangkan pada aspek permintaan dan lokasi usaha masih belum diperhatikan secara maksimal sehingga perlu adanya evaluasi dan perbaikan. Fotokopi Arthur Jaya melakukan praktik pembulatan harga dalam transaksi jual beli, sehingga melanggar nilai-nilai yang ada pada Etika Bisnis Islam. Penetapan harga dengan sistem pembulatan harga di usaha fotokopi berdampak pada terjadinya penurunan omzet penjualan, keuntungan, maupun pangsa pasar. Selain itu, Pembulatan harga dapat membuat konsumen merasa dirugikan karena dengan adanya pembulatan tanpa konfirmasi tersebut konsumen merasa dibohongi.

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Indah Dwi Astuti
NIM : 401200055
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : "Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Penetapan Harga Pada Usaha
Fotokopi Arthur Jaya Di Keniten Ponorogo"
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian Munaqasah.

Ponorogo, 26 Februari 2024

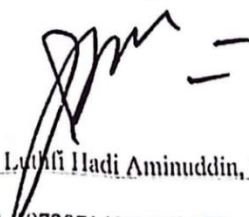
Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Dr. Luhur Prasetyo, S. Ag., M.E.I.
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

Pembimbing


Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

P O N O R O G O



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo




LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini :

Judul : Penetapan Harga Fotokopi Di Arthur Jaya Prespektif Etika
Bisnis Islam
Nama : Indah Dwi Astuti
NIM : 401200055
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.


Dewan Penguji:

Ketua Sidang :
Unun Roudlotul Janah, M.Ag.
NIP. 197507162005012005 ()
Penguji I :
Iza Hanifuddin, Ph.D.
NIP. 196906241998031002 ()
Penguji II :
Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005 ()

Ponorogo, 14 Maret 2024

Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Dwi Astuti

NIM : 401200055

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Penetapan Harga Fotokopi Di Arthur Jaya Prespektif Etika
Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan disahkan dosen pembimbing. Selanjutnya Penulis bersedia naskah ini dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di <https://etheses.iainponorogo.ac.id>. Adapun isi seluruh tulisan ini seperlunya menjadi tanggung jawab penulis.

Demikian pernyataan saya buat untuk dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 14 Maret 2024



Indah Dwi Astuti

NIM 401200055

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indah Dwi Astuti

NIM : 401200055

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

“Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Penetapan Harga Pada Usaha Fotokopi Arthur Jaya Di Keniten Ponorogo”

Secara keseluruhan merupakan hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.



Indah Dwi Astuti

401200055

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam Islam, setiap Muslim diwajibkan untuk berusaha sebaik mungkin dalam menerapkan syariah (aturan Islam) dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bisnis dan usaha, yang merupakan salah satu cara untuk mencari kehidupan yang sejahtera. Islam dianggap sebagai agama yang sempurna karena mengatur berbagai aspek kehidupan manusia, baik secara umum maupun rinci, dengan mengajarkan aqidah (keyakinan), syariah (aturan), dan akhlak (tata krama). Ajaran ini dianggap sebagai wahyu Allah SWT kepada para Rasulullah SAW.¹

Dalam Islam, tidak diperbolehkan bagi seseorang untuk bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan cara-cara yang melanggar aturan, seperti penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap, dan perbuatan batil lainnya. Islam menetapkan batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh dilakukan, antara yang benar dan yang salah, serta antara yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah ini dikenal dengan istilah etika. Dalam berbisnis atau berdagang, perilaku yang dilakukan juga harus memperhatikan nilai-nilai moral atau etika bisnis. Oleh karena itu, para

¹ A. Djazuli Janwari, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 25.

pelaku bisnis perlu mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka atau ruang lingkup bisnis mereka.²

Islam menganggap bisnis sebagai cara yang paling baik untuk mencapai kekayaan dan kesejahteraan. Oleh karena itu, bisnis harus dilakukan dengan integritas, tanpa penipuan, riba, manipulasi harga, atau penimbunan barang. Tindakan-tindakan ini dapat menyebabkan ketidakadilan dalam masyarakat. Dalam dunia bisnis modern, untuk menghadapi persaingan dan menciptakan lingkungan bisnis yang sehat, etika bisnis digunakan untuk mengontrol perilaku bisnis agar sesuai dengan norma-norma yang berlaku. Etika bisnis juga membantu pelaku bisnis untuk mempertimbangkan apakah tindakan mereka mengganggu kegiatan bisnis orang lain atau tidak.³

Menurut Mustaq Ahmad, perilaku bisnis yang benar adalah yang sesuai dengan ajaran Alquran dan tidak hanya baik terhadap sesama manusia, tetapi juga dekat dengan Allah SWT. Banyak muslim mengalami dilema karena mereka merasa khawatir apakah praktek bisnis mereka sesuai dengan ajaran Islam. Beberapa bahkan meninggalkan nilai-nilai Islam demi mencari keuntungan maksimal. Namun, dalam Islam, nilai-nilai moral seperti kejujuran, keadilan, dan keterbukaan sangat penting dan menjadi tanggung jawab setiap pelaku bisnis. Nilai-nilai ini mencerminkan keimanan seorang

² Fitri Amalia, *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, Al-Iqtishad: *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* (2004), 36.

³ Evi Susanti, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mabel Di CV Jati Karya Palembang," *Skripsi* (Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017), 30.

muslim kepada Allah SWT. Ini memberikan kebebasan bagi umat Islam untuk beraktivitas ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan mereka, asalkan dalam batas-batas yang diperbolehkan oleh Islam.⁴

Islam memperbolehkan jual beli dan bisnis, namun seorang muslim diharapkan berusaha agar mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia dan di akhirat. Aturan bisnis Islam memberikan pedoman bagi pebisnis muslim untuk menjalankan bisnis mereka dengan berkah dari Allah SWT, sehingga bisnis tersebut dapat berkembang dengan pesat. Sebagai ajaran yang penuh rahmat dari Allah SWT, Islam, melalui dakwah Rasulullah SAW, juga mengatur nilai-nilai dalam bisnis. Ini tidak hanya berlaku dalam teori tetapi juga dalam praktik, mengingat Rasulullah sendiri adalah seorang pedagang.⁵ Konsep muamalah dalam bisnis Islam tidak hanya mengutamakan mencari keuntungan semata, tetapi juga berdasarkan kesepakatan dan ridha bersama, sebagaimana dijelaskan dalam

Al-Qur'an surah An-Nisaa' ayat 29:⁶

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ

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

⁴ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta Timur: Pustaka Al-kautsar, 2006), 76.

⁵ Sofyan Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Selemba Empat, 2010), 56.

⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Terjemahan 30 Juz* (Solo:PT Qomari Prima Publisher), 83.

perniagaan yang berlaku dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu “. (QS. An-Nisaa’ : 29)

Dalam jual beli atau perdagangan kita mengenal dengan istilah harga, penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan perdagangan. Harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya suatu produk dalam perdagangan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya. Harga merupakan, satu-satunya unsur dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan dari penjualan barang dan jasa, oleh karena itu harga yang ditetapkan penjual harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen.⁷

Menurut Agustina Shinta dalam menentukan harga ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan para pelaku usaha seperti: 1) Biaya sebagai faktor utama yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan perusahaan agar tidak mengalami kerugian, 2) permintaan, 3) persaingan, 4) persepsi pelanggan, 5) Lokasi Usaha, 6) Tujuan perusahaan.⁸ Dalam menetapkan harga setiap pelaku usaha pasti memiliki kendala dan solusi yang berbeda-beda dalam menentukan harga. Namun setiap pelaku usaha muslim harus tetap memperhatikan penerapan nilai-nilai prinsip islam dalam usahanya. P O N O R O G O

Ketiadaan moral, nilai, etika dalam bisnis menyebabkan pelaku bisnis

⁷ Kurniawan Saifullah, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana,2006), 24.

⁸ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press,2011),103.

melakukan bisnis dengan cara-cara yang tidak fair. Persepsi masyarakat terhadap monopoli mengarah kepada perbuatan bisnis tercela atau curang dan apapun bentuknya harus dihapuskan dan dilarang. Begitu pula pendapat para ulama mengkaji monopoli pada umumnya diarahkan pada penimbunan barang saja (*al ihtikar*) yakni membeli makanan atau barang yang secara darurat yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan menyimpannya untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.⁹

Aktifitas ekonomi dan bisnis selalu memiliki relasi dengan etika, oleh karena itu bisnis tidak bisa dilepaskan dari nilai sosial dan budaya masyarakat dimana etika itu dipraktikkan. Sebagaimana halnya aspek – aspek lain dalam kehidupan manusia yang melibatkan etika, ekonomi dan bisnis pun selalu dikaitkan dengan etika sehingga muncullah apa yang disebut dengan etika dalam bisnis dan bisnis yang etis.¹⁰

Etika bisnis islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab diyakini sebagai suatu yang baik dan benar.¹¹

Hal ini juga berlaku bagi bisnis Fotokopi. Mengingat saat ini bisnis yang dibutuhkan banyak kalangan. Mulai dari anak sekolah, orang kantoran hingga masyarakat luas, karena semakin banyaknya usaha Fotokopi dan persaingan yang semakin ketat dapat menyebabkan para pelaku bisnis Fotokopi melakukan kecurangan dan hanya mementingkan keuntungan semata.

⁹ Syed Nawab Haider Naqvi, *Etika dan Ilmu Ekonomi*, (Mizan : Bandung, 1993), 53

¹⁰ Muhammad, *Paradigma, metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 49-50.

¹¹ Ali Hasan, *Manajemen bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 171.

Sedangkan dalam Islam telah dijelaskan tujuan dari bisnis tidak hanya mencari keuntungan sebesar-besarnya melainkan juga keberkahan.

Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi dan pelayanan.¹² Tidak terkecuali penerapan etika bisnis Islam di Fotokopi Arthur Jaya. Fotokopi Arthur Jaya adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa yang sudah berdiri pada tahun 2015, Fotokopi ini sudah cukup berkembang karena sudah lama didirikan dan lokasi yang sangat strategis yaitu didekat lampu merah keniten Ponorogo. Usaha tersebut juga sudah dikenal banyak masyarakat, Namun usaha tersebut masih perlu dipertanyakan terkait penerapan etika bisnis islamnya.¹³

Namun, masih ada kegagalan pada bisnis perdagangan yang kurang memperhatikan akan adanya etika bisnis Islam. Hal ini terjadi karena ketidaktahuan pedagang dengan etika bisnis Islam dan bahkan ada yang sengaja tidak menjalankan bisnis perdagangannya sesuai dengan etika bisnis Islam, padahal tahu akan etika bisnis Islam.

Fotokopi Arthur Jaya merupakan salah satu bentuk usaha yang bergerak pada bidang fotokopi dan percetakan serta menyediakan pelayanan di bidang penjualan alat tulis dan kantor seperti map, buku-buku, pena, pensil serta keperluan-keperluan sekolah dan kantor lainnya. Fotokopi Arthur Jaya juga menyediakan jasa foto dan cetak foto dengan berbagai macam ukuran mulai

¹² Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* (2004), 40.

¹³ Bu Ismi, *Wawancara* 08 Juli 2023.

dari 2x3 hingga yang paling besar adalah 24 RW. Fotokopi Arthur Jaya ini beralamatkan di Jl. Letjend Suprpto Sukowati, Poleng, Keniten, Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo. Tempat usaha mitra ini sangat strategis yaitu dipinggir jalan raya tepatnya di utara perempatan Keniten, tidak heran jika banyak yang mengenal usahanya dan ramai pelanggan yang menggunakan jasanya.¹⁴

Berdasarkan penelitian sementara, tempat usaha Fotokopi mekanisme penetapan harga yang digunakannya belum menerapkan etika bisnis islam berhubung pemilik usahanya adalah muslim, dimana dalam praktiknya Fotokopi dan Percetakan melakukan ketidakjelasan dalam mekanisme penetapan harganya, yaitu seperti contohnya fotokopi satu lembarnya adalah Rp. 300,- pelanggan yang fotokopi 3 lembar saja bisa dibulatkan harganya menjadi Rp. 1000,- padahal seharusnya pelanggan hanya membayar Rp. 900,- dan jika fotokopi 6 lembar yang seharusnya hanya Rp. 1.800,- juga dibulatkan menjadi Rp 2000,- begitupun seterusnya. Hal tersebut berlaku juga dengan alat-alat tulis yang bernilai ganjil. Dalam jasa yang lain Fotokopi menetapkan harga dengan melihat tingkat kesulitan pengerjaannya, seperti print satu lembar dihargai Rp. 500,- sampai Rp. 2.500,- tergantung dengan tingkat kesulitan atau warna yang mendominasi, begitu juga dengan jasa penjilitan dan lain-lain. Meskipun demikian Fotokopi ini tidak pernah sepi pembeli.

Penetapan-penetapan harga tersebut ada yang disepakati antara penjual dan pembeli dan ada juga yang tanpa kesepakatan, penjual langsung

¹⁴ Ava Fatrul Khomaroh, *Wawancara*, 09 Juli 2023.

memberikan harga kepada pembeli setelah pekerjaannya selesai tanpa menjelaskan atau melakukan tawar menawar lagi dengan pembeli/pelanggan. Penerapan harga seperti itu mengandung unsur ketidakjelasan dan tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis islam yang menerapkan prinsip keadilan, kejujuran dan transparansi. Dalam konteks penetapan harga pada fotokopian, prinsip ini mewajibkan untuk menetapkan harga yang adil, tidak menipu pelanggan, dan memberikan informasi yang jelas mengenai biaya yang dibebankan. Menghindari praktik penipuan dan memastikan bahwa pelanggan di beri nilai yang sesuai dengan harga yang mereka bayar. Walaupun hal itu seakan menjadi kebiasaan dan masyarakat sebagai konsumen sebagian menerimanya, namun ada baiknya para pelaku bisnis muslim menerapkan jual beli yang adil, jujur, adanya kejelasan serta tidak merugikan orang lain. Meskipun demikian tentunya pemilik usaha pasti memiliki faktor-faktor penentu tersendiri dalam menentukan harga yang dilakukan

Dari latar belakang masalah diatas, maka penulis bertujuan untuk menganalisis sejauh mana analisis etika bisnis islam dalam penetapan harga pada usaha fotokopi Arthur Jaya tersebut, serta dari hasil analisis nantinya bisa memberikan manfaat bagi Fotokopi Arthur Jaya untuk bisa melakukan etika bisnis Islam secara tepat di usaha tersebut. Dengan adanya permasalahan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Penetapan Harga Fotokopi di Arthur Jaya Prespektif Etika Bisnis Islam”.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penetapan harga di Fotokopi Arthur Jaya menurut Etika Bisnis Islam ?
2. Mengapa di Fotokopi Arthur Jaya menetapkan harga dengan sistem pembulatan ?
3. Apa saja dampak dari penetapan harga pada usaha fotokopi Arthur Jaya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui penetapan harga di Fotokopi Arthur Jaya menurut Etika Bisnis Islam.
2. Untuk mengetahui alasan Fotokopi Arthur Jaya melakukan penetapan harga dengan sistem pembulatan.
3. Untuk mengetahui dampak dari penetapan harga pada usaha fotokopi Arthur Jaya.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penulisan ini, penulis berharap dapat memberikan dua manfaat yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta perkembangan teori ilmu pengetahuan terkait dengan menganalisis sejauh mana penerapan etika bisnis islam pada Fotokopi Arthur Jaya tersebut, serta dari hasil analisis nantinya bisa

memberikan manfaat bagi Fotokopi Arthur Jaya untuk bisa melakukan penetapan harga dengan etika bisnis Islam secara tepat di usaha tersebut.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan referensi, informasi, wawasan, serta diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi peneliti lainnya.

b. Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi pelaku usaha Fotokopi dalam mengembangkan usahanya. Serta dapat menjadikan usaha Fotokopi yang bernilai tambah dan dapat meningkatkan daya saing.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang penulis kaji, antara lain:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Amin Wahyudi dan Hanifah Noor Setyawan (2022) dengan judul *“Tinjauan Prinsip – Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon Sukorejo Ponorogo”*. Metode yang digunakan yaitu kualitatif dengan teknik pengumpulan informasi observasi, dan wawancara. Teknik pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Subyek penelitian yang dibahas adalah bawang merah dan langsung dari informan yang terkait yaitu para pedagang bawang merah kemasan yang ada di Pasar Malon, Sukorejo, Ponorogo. Hasil yang diperoleh tentang praktik pemasaran yang ada di pasar

tersebut antara lain buka dasar, promosi mulut ke mulut, sasaran. Negosiasi, dan penentuan harga. Para pedagang sudah cukup baik melakukan hal tersebut. Sedangkan untuk teori prinsip-prinsip etika bisnis Islam, diperoleh hasil bahwa sebagian besar pedagang bawang merah di Pasar Malon ini belum sepenuhnya menerapkan prinsip tersebut, akan tetapi secara keseluruhan mereka sudah baik dalam melakukan transaksi dengan pembeli dan praktik pemasarannya. Dalam hal ini, pedagang berhasil menerapkan berbagai prinsip yaitu sesuai dengan prinsip-prinsip berdasarkan sifat Rasulullah yang sudah dilaksanakan yaitu shiddiq, tabligh, dan fathanah. Sedangkan yang belum berhasil dilakukan adalah tanggung jawab dan Amanah. Persamaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah sama-sama menganalisis terkait Etika Bisnis Islam. Adapun perbedaannya yaitu penelitian tersebut lebih fokus terkait penerapan Etika Bisnis Islam. Sedangkan penulis meneliti tentang penetapan harga pada fotokopi.¹⁵

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ely Masykuroh dan Yudha Nur Imron (2023) dengan judul “*Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pemasaran Marketplace Shopee*” Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, metode pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi. Metode analisis pada penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk mengkaji etika bisnis Islam pada strategi pemasaran Shopee marketplace. Penelitian ini menggunakan metode data mining untuk pengujian, klasifikasi, verifikasi,

¹⁵ Amin Wahyudi, “Tinjauan Prinsip – Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon Sukorejo Ponorogo,” *El-Barka: Journal of Islamic Economics And Business*, Volume 2, Nomor 2, (2022), 305.

analisis, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menemukan bahwa marketplace Shopee mengikuti aksioma etika bisnis Islam tentang etika persatuan dan kehendak bebas. Penelitian ini menemukan bahwa marketplace Shopee mengikuti aksioma etika bisnis Islam tentang etika persatuan dan kehendak bebas. Pemasaran tidak membedakan, dan dia telah berusaha mendongkrak penjualan sebagai pengusaha. Penjual memainkan permainan harga yang drastis dengan menaikkan harga sebelum harga kesepakatan. Itu bisa merugikan pasar dan konsumen lain. Pemasaran online dengan menggunakan sistem promosi jual beli di Shopee Marketplace tidak melanggar prinsip etika persatuan dan kehendak bebas. Promosi tidak bersifat memaksa karena berlaku untuk semua konsumen. Ini telah mengurangi kerugian pada produk Shopee Marketplace-nya. Keseimbangan, akuntabilitas, dan kebenaran tidak sesuai dengan etika bisnis Islam karena pemasaran ini mengandalkan testimoni positif dari konsumen atau kurir pengiriman. Sistem kualitas barang pasar Shopee sesuai dengan hipotesis etika persatuan dan kehendak bebas karena penjual menggunakan beberapa barang untuk sistem bonus atau harga mogok untuk mengurangi kerugian bagi semua konsumen yaitu telah melanggar keseimbangan, akuntabilitas, dan kebenaran karena produk hampir kadaluarsa dan tidak sesuai deskripsi promosi..¹⁶

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Anita (2020) dengan judul *“Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran PT. Toyota Hadji*

¹⁶ Ely Masykuroh, Yudha Nur Imron, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pemasaran Marketplace Shopee,” *Journal of Economics, Law, and Humanities*, Volume 2, Nomer 1, (2023), 140.

Kalla Kota Parepare ". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif dan dalam mengumpulkan data digunakan metode observasi , wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan PT Toyota Hadji Kalla Kota Parepare yaitu dalam meningkatkan volume penjualan maka ditekankan pada (1). Bauran pemasaran (marketing mix), pasar sasaran (targeting), dan posisi pasar (positioning). (2). Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Toyota Hadji Kalla Kota Parepare ditinjau dalam prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang meliputi yaitu Kesatuan (*unity*), yang diterapkan yaitu dalam menawarkan produk-produk menunjukkan sikap akidah dengan senantiasa memberikan senyuman dan ramah dalam menyambut dan menjelaskan produk yang mereka tawarkan kepada costumer. Keseimbangan (*equilibrium*), yang diterapkan yaitu untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Kehendak bebas (*free will*), yang diterapkan yaitu memberikan kebebasan kepada costumer untuk bertanya hal-hal yang belum dimengerti. Tanggung jawab (*responsibility*), yang diterapkan yaitu dikaitkan dengan kebebasan ekonomi pada prinsip tanggung jawab individual dan kebenaran, kejujuran dan bijaksana yang diterapkan yaitu kejujuran dalam promosi informasi mengenai produk/jasa harus sesuai. Persamaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah sama-sama menganalisis terkait Etika Bisnis Islam. Adapun perbedaannya yaitu penelitian tersebut lebih fokus terkait

proses penerapan sertifikasi halal pada UMKM, sedangkan penulis lebih fokus terkait penetapan harga.¹⁷

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Siti Solikah (2022), dengan judul “*Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur Di Desa Sukowidi Panekan Magetan*”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah 1) Pelaksanaan usaha peternakan ayam ras petelur di tengah pemukiman warga di Desa Sukowidi, Panekan, Magetan, kedua pemilik peternakan ayam ras petelur dalam menjalankan usaha peternakan awal mulanya tidak melakukan perizinan dan meminta pertimbangan kepada pihak yang bersangkutan. 2) Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan peternak dalam menentukan tempat yaitu dekatnya lokasi yang dipilih dekat dengan rumah pemilik usaha. 3) Dampak yang ditimbulkan dari peternakan yang pertama milik bapak Edy Suyanto yaitu bau kotorannya, debu yang bertebaran, lalat yang bertebaran dan kebisingan yang disebabkan ayam-ayam tersebut. Dan kurang layakanya kondisi bangunan kandang. kemudian untuk peternakan ayam yang kedua milik bapak Sugeng tidak menimbulkan dampak kepada warga sekitar meskipun kandang berada di tengah pemukiman warga. Persamaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah sama-sama menganalisis terkait etika bisnis islam. Adapun perbedaannya penelitian tersebut meneliti terkait usaha peternakan sedangkan penulis meneliti terkait fotokopi.¹⁸

¹⁷ Anita, “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran PT. Toyota Hadji Kalla Kota Parepare,” *Skripsi* (Parepare: IAIN Parepare, 2020), 63.

¹⁸ Siti Solikah, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur Di Desa Sukowidi, Panekaan, Magetan”, *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2022), 40.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Indra Aditya Makkasau (2019), dengan judul “*Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro di Kelurahan Rampoang Kota Palopo*”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yaitu suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan menganalisa fenomena peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Objek penelitian adalah pemilik usaha mikro di kelurahan rampoang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam ditinjau dari prinsip etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, kebenaran, kebajikan, kejujuran, dan kepercayaan. Maka dapat disimpulkan bahwa pemilik usaha mikro di Kelurahan Rampoang Kota Palopo telah menerapkan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Persamaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya penelitian tersebut meneliti terkait penerapan prinsip etika bisnis islam pada usaha mikro. Sedangkan penulis meneliti tentang analisis etika bisnis islam pada fotokopi terkait penetapan harga.¹⁹

Keenam, Penelitian yang dilakukan oleh Taufiq Hidayat (2020), dengan judul “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Way Halim Bandar Lampung)*”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian lapangan (Field Research), yaitu

¹⁹ Indra Aditya Makkasau, “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro di Kelurahan Rampoang Kota Palopo”, *Skripsi* (Palopo: IAIN Palopo, 2019), 64.

penelitian yang langsung di lapangan atau pada responden. Selain itu, peneliti juga menggunakan penelitian kepustakaan (Library Research), yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literature (kepustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian terdahulu. Sesuai dengan judul dan fokus permasalahan yang diambil, maka sifat penelitian ini adalah deskripsi kualitatif. Persamaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya penelitian tersebut meneliti terkait pola penerapan etika bisnis dalam perspektif ekonomi islam pedagang di pasar way halim dalam mengelola usahanya dan dampak penerapan etika bisnis dalam perspektif ekonomi islam pada pedagang di pasar way halim. Sedangkan penulis meneliti tentang analisis etika bisnis islam terhadap harga jasa fotokopi di Arthur Jaya dan tinjauan etika bisnis islam terhadap penetapan harga²⁰

Ketujuh, Penelitian yang dilakukan oleh Duratun Nafis (2019), dengan judul "*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Kasus Usaha Rumah Makan Wong Solo Batoh, Kec. Lueng Bata Kota Banda Aceh)*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa Implementasi etika bisnis islam di Rumah Makan Wong Solo cabang Batoh sudah diterapkan

²⁰ Taufik Hidayat, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam perspektif Ekonomi Islam," *Skripsi* (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2020), 47.

dengan baik, etika bisnis yang diterapkan Rumah Makan Wong Solo cabang Batoh pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan oleh Islam, walaupun tidak sempurna yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Persamaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya penelitian tersebut meneliti terkait penerapan prinsip etika bisnis islam pada rumah makan dan kesesuaian antara etika bisnis di rumah makan dengan etika bisnis islam. Sedangkan penulis meneliti tentang analisis etika bisnis islam pada fotokopi terkait penetapan harga.²¹

Kedelapan, Penelitian yang dilakukan oleh Fika Erfiana (2021), dengan judul "*Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Milik Desa Kecapi*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa Bumdes kecapi secara umum prinsip yang dianut dalam pengelolaan BUMDes Kecapi ada enam, yaitu koopertif, partisipatif, emansipatif, transparan, akuntabel dan sustainable. Keenam prinsip tersebut digunakan dalam pengelolaan yang disesuaikan dengan nilai-nilai agama, dengan meneladani sikap berbisnis yang sesuai etika Islam. Persamaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif.

²¹ Duratun Nafis, ""Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Kasus Usaha Rumah Makan Wong Solo Batoh, Kec. Lueng Bata Kota Banda Aceh)", *Skripsi* (Aceh: UIN Banda Aceh, 2019) 69

Adapun perbedaannya penelitian tersebut meneliti di Bumdes. Sedangkan penulis meneliti tentang analisis etika bisnis islam pada fotokopi terkait penetapan harga.²²

Kesembilan, Penelitian yang dilakukan oleh Nuriyah Nuraini dan Yunita Rahmawati (2022), dengan judul “*Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Klitik Kismantoro Kabupaten Wonogiri*”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pedekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah para penjual di pasar Klitik belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam dalam transaksi jual belinya karena hanya aspek kebebasan berekonomi dan perilaku tepuji saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para penjual di pasar Klitik. Sedangkan aspek keadilan belum diterapkan sepenuhnya oleh sebagian penjual di pasar Klitik karena masih terjadi kecurangan dalam hal takaran dan tidak transparan dalam hal kualitas barang yang dijual. Persamaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya penelitian tersebut meneliti tentang etika bisnis islam dalam transaksi jual beli di pasar klitik. Sedangkan penulis meneliti tentang analisis etika bisnis islam pada fotokopi terkait penetapan harga.²³

²² Fika Erfiana, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Milik Desa Kecapi" *Skripsi* (UIN Jepara,2021), 69.

²³ Nuriyah Nuraini & Yunaita Rahmawati, “Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Klitik Kismantoro Kabupaten Wonogiri,” Volume 2, Nomor 2, Niqosiya: *Jurnal Of Economic and Business research*, (2022), 262.

Kesepuluh, Penelitian yang dilakukan oleh Oci Kurnia Wati (2017), dengan judul "*Penggandaan Buku Oleh Mahasiswa IAIN Bengkulu Pada Jasa Fotokopi Prespektif Etika Bisnis Islam*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pedekatan kualitatif. Persamaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif dan pada tempatnya yaitu pada jasa fotokopi. Adapun perbedaannya penelitian tersebut meneliti tentang penggandaan buku ditinjau dari etika bisnis islam. Sedangkan penulis meneliti tentang analisis etika bisnis islam pada fotokopi terkait penetapan harga²⁴

Kesebelas, Penelitian yang dilakukan oleh Kristina Handayani (2020), dengan judul "*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional Roworjo Kecamatan Negerikaton Kabupaten Bengkulu Selatan*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pedekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam telah memberikan ketentuan bahwa para pedagang harus lebih mengetahui dan memahami prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam yaitu tauhid, keseimbangan (keadilan), tanggung jawab, kejujuran, dan kehendak bebas hal tersebut didahulukan agar bisnis yang dilakukan mendapat keberkahan dan keridhan dari Allah SWT. Konsep kejujuran harus diterapkan dalam jual beli. Persamaan

²⁴ Oci Kurnia Wati, "Penggandaan Buku Oleh Mahasiswa IAIN Bengkulu Pada Jasa Fotokopi Prespektif Etika Bisnis Islam" *Skripsi* (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2017), 23.

penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya penelitian tersebut meneliti tentang implementasi etika bisnis islam dalam transaksi jual beli pada pedagang pasar tradisional roworejo. Sedangkan penulis meneliti tentang analisis etika bisnis islam pada fotokopi terkait penetapan harga²⁵

Kedua belas, Penelitian yang dilakukan oleh Rengga Agnes Wijaya (2021), dengan judul *“Prespektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kamis Desa Nanjungan Kecamatan Pino Raya Kcamatan Bengkulu Selatan”*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Persamaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya penelitian tersebut meneliti tentang perilaku pedagang ditinjau dari prespektif etika bisnis islam. Sedangkan penulis meneliti tentang analisis etika bisnis islam pada fotokopi terkait penetapan harga.²⁶

Ketiga belas, Penelitian yang dilakukan oleh Indah Lestari (2021), dengan judul *“Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Sukaramai Kecamatan Tanung Hulu”*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tanggung jawab, kejujuran, Amanah, ramah/komunikatif

²⁵ Kristina Handayani, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional Roworwo Kecamatan Negerikaton Kabupaten Pesawaran” *Skripsi* (Boworejo: IAIN Metro, 2020), 20.

²⁶ Rengga Agnes Wijaya, “Prespektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kamis Desa Nanjungan Kecamatan Pino Raya Kcamatan Bengkulu Selatan” *Skripsi* (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2021), 15.

berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Persamaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah sama-sama menganalisis terkait etika bisnis islam. Adapun perbedaannya penelitian tersebut meneliti terkait tanggung jawab, kejujuran sedangkan penulis tentang penetapan harga.²⁷

Keempat belas, Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Andika Agustini (2020), dengan judul "*Implementasi Etika bisnis Islam Dalam Menarik Wisatawan Lokal Dan Asing*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Implementasi etika bisnis Islam pada Resto Apung Pulau Bungin sudah diterapkan dengan cukup baik. Hal ini terbukti dari segi kejujuran, bertanggung jawab, cerdas, ramah dan komunikatif. Etika bisnis yang dilakukan di Resto Apung Pulau Bungin pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis Islam, walaupun belum sempurna dalam menjaga kualitas makanan, melayani konsumen dengan ramah dan baik. Persamaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya penelitian tersebut meneliti terkait implementasi etika bisnis islam terkait wisatawan local dan asing. Sedangkan penulis meneliti tentang analisis penetapan harga dalam etika bisnis islam pada fotokopi.²⁸

Kelima belas, Penelitian yang dilakukan oleh Metta Ehda Agusti (2019), dengan judul "*Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kepuasan Pelanggan*

²⁷ indah Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap minat beli konsumen di Pasar Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu," *Skripsi* (Riau: Universitas Islam Riau, 2021), 80.

²⁸ Dewi Andika Agustini, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menarik Wisatawan Lokal dan Asing", *Skripsi* (Mataram: UIN Mataran, 2020), 71.

Terhadap Customer Retention". Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah pada metode penelitian yaitu etika bisnis islam. Adapun perbedaannya penelitian tersebut meneliti terkait pengaruh etika bisnis islam dan kepuasan pelanggan. Sedangkan penulis meneliti tentang analisis etika bisnis islam pada fotokopi terkait penetapan harga.²⁹

Keenam belas, Penelitian yang dilakukan oleh Andy Suriyani (2020), dengan judul "*Peran Pengembangan Jiwa Entrepreneurship Berbasis Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Pendapatan dan Kesejahteraan Pelaku Bisnis Di Student Mall Universitas Muhammadiyah Makassar*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah pengembangan jiwa entrepreneurship berbasis etika bisnis Islam memiliki peran dalam peningkatan pendapatan pelaku bisnis ke arah yang lebih berkah dan mensejahterakan sesuai dengan yang dicontohkan dalam jiwa entrepreneurship Rasulullah SAW, etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. rata-rata telah dilaksanakan atau diterapkan oleh pelaku bisnis yang ada di student mall Universitas Muhammadiyah Makassar. Persamaan penelitian tersebut dengan yang peneliti susun adalah pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif. Adapun perbedaannya penelitian tersebut meneliti tentang peran pengembangan jiwa *entrepreneurship* berbasis etika

²⁹ Metta Ehda Agusti, "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Customer Retention" *Skripsi* (Bengkulu :IAIN Bengkulu, 2019), 69.

bisnis islam. Sedangkan penulis meneliti tentang analisis etika bisnis islam pada fotokopi terkait penetapan harga.³⁰

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan, yang pada dasarnya adalah jenis metode penelitian *literature riview* untuk menemukan fenomena secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu masyarakat.³¹ Studi lapangan dilakukan untuk mendapatkan validitas data yang sesuai dengan pembahasan tentang Analisis Etika Bisnis Islam Pada Usaha Fotokopi Arthur Jaya Di Keniten Ponorogo. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu cara kerja penelitian yang menekankan pada aspek pendalaman data demi mendapatkan kualitas dari suatu hasil penelitian. Dengan kata lain, pendekatan kualitatif adalah suatu mekanisme kerja penelitian yang mengandalkan uraian deskriptif kata, atau kalimat, yang disusun secara cermat dan sistematis mulai dari menghimpun data hingga menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian.³² Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara secara langsung di Fotokopi Arthur Jaya Keniten Ponorogo sehingga dapat

³⁰ Andy Suriyani, "Peran Pengembangan Jiwa Entrepreneurship Berbasis Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Pendapatan dan Kesejahteraan Pelaku Bisnis Di Student Mall Universitas Muhammadiyah Makassar" *Skripsi* (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020), 13.

³¹ Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Muamalah* (Ponorogo: STAIN PO PRESS, 2010), 6.

³² Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 52.

menghasilkan data-data yang peneliti inginkan dan butuhkan baik berupa data lisan atau tertulis.

2. Kehadiran Peneliti

Peneliti berfungsi sebagai alat sekaligus pengumpul data dalam penelitian ini. Akibatnya, kehadiran peneliti di lapangan sangat penting. Eksistensi peneliti harus digambarkan secara eksplisit dalam laporan penelitian mengenai perannya sebagai partisipan penuh, sebagai pengamat penuh. Selain itu, harus jelas statusnya sebagai peneliti oleh informan atau subjek.³³ Peneliti harus mengumpulkan dan mengamati informasi yang diperlukan di lapangan. Peneliti melakukan pengkajian pada usaha Fotokopi di Jl. Letjend Suprpto Sukowati, Poleng, Keniten, Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo

3. Lokasi/Tempat Penelitian

Lokasi penelitian akan dilaksanakan di Kabupaten Ponorogo. Penelitian ini dilaksanakan di tempat pelaku usaha Fotokopi yang ada di Keniten Kecamatan Ponorogo. Menurut peneliti lokasi ini menarik untuk diteliti karena ruang lingkup usahanya lebih luas dan tempatnya sangat strategis di tengah-tengah kota. Selain itu, lokasi tersebut dinilai cukup berdampak kepada para para konsumen di sekitar karena tempatnya yang berada di pusat kota.

³³ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020), 273

4. Data dan Sumber Data

Data didefinisikan sekumpulan informasi atau nilai yang diperoleh dari pengamatan (observasi) suatu objek, data dapat berupa angka dan dapat pula merupakan lambing atau sifat.³⁴ Data penelitian ini adalah :

- a. Data terkait penetapan harga di Fotokopi Arthur Jaya menurut etika bisnis islam.
- b. Data terkait Fotokopi Arthur Jaya melakukan penetapan harga dengan sistem pembulatan.
- c. Data terkait dampak dari penetapan harga pada usaha fotokopi Arthur Jaya.

Sumber data adalah subyek penelitian tempat data menempel. Sumber data berupa benda, gerak, manusia, tempat, dan sebagainya.³⁵

Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu :

- a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara dengan pelaku usaha fotokopi Arthur Jaya.

- b. Data Sekunder

Data sekunder adalah Teknik pengumpulan data berupa riset yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca buku-

³⁴ Syafizal Helmi Situmorang, *Analisis Dta untuk Riset dan Bisnis* (Medan: USU Press, 2010), 1.

³⁵ Ibrahim, *Methodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : Alfabeta, 2015), 52.

buku, jurnal, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan judul yang dimaksud.³⁶ Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku serta dari jurnal-jurnal terkait.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik penggalan data yang dilakukan oleh penulis, adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Dalam tradisi kualitatif, data tidak akan diperoleh dibelakang meja, tetapi harus terjun ke lapangan, ke tetangga, ke organisasi, ke komunitas. Data yang diobservasi dapat berupa gambaran tentang sikap, kelakuan, perilaku, tindakan, keseluruhan interaksi antar manusia. Data observasi juga dapat berupa interaksi dalam suatu organisasi atau pengalaman para anggota dalam berorganisasi.³⁷ Dalam konteks penelitian ini observasi dilakukan kepada pelaku usaha Fotokopi Arthur Jaya untuk mencari data data terkait penetapan harga yang ada di fotokopian tersebut.

b. Wawancara

Wawancara dengan informan sebagai sumber data dilakukan untuk menggali informasi terkait fokus penelitian. Menurut Bogdan dan Biklen (1982), wawancara adalah percakapan yang diarahkan oleh

³⁶ Rony Kountur, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 43.

³⁷ J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2010), 112.

salah satu pihak dengan tujuan untuk memperoleh keterangan, biasanya dilakukan antara dua orang tetapi kadang-kadang melibatkan lebih banyak orang.³⁸ Dalam konteks penelitian ini, wawancara dilakukan dengan pemilik usaha, manajer toko, karyawan, dan pelanggan di usaha fotokopi. Arthur Jaya.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber tertulis seperti buku, majalah, arsip, dan artikel yang relevan dengan tema penelitian. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara mendalam untuk memahami hubungan-hubungannya.³⁹ Penulis menggunakan metode dokumentasi untuk mengumpulkan data tentang dokumen-dokumen yang dianggap penting dan relevan dengan obyek penelitian, sehingga dapat mendukung penulisan.

6. Teknik Pengolahan Data

Metode pengolahan data menjelaskan prosedur pengolahan dan analisis data sesuai dengan pendekatan yang dilakukan. Karena penelitian ini menggunakan metode kualitatif, maka metode pengolahan data dilakukan dengan menguraikan data dalam bentuk kalimat teratur, runtun, logis, tidak tumpang tindih, dan efektif sehingga memudahkan

³⁸ Salim dan Syahrudin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Ciptapustaka : Bandung, 2012), 119

³⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*, (Jakarta : Renika cipta, 1993), 107

pemahaman dan interpretasi data. Diantaranya melalui tahap: pemeriksaan data (*editing*), klasifikasi (*classifying*), verifikasi (*verifying*), analisis (*analysing*), dan pembuatan kesimpulan (*concluding*).

a. *Editing*

Meneliti data-data yang telah diperoleh, terutama dari kelengkapan jawaban, keterbacaan tulisan, kejelasan makna, kesesuaian dan relevansinya dengan data yang lain.⁴⁰ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses editing terhadap hasil wawancara terhadap narasumber.

b. *Classifying* (Klasifikasi)

Classifying adalah proses pengelompokan semua data baik yang berasal dari hasil wawancara dengan subyek penelitian, pengamatan dan pencatatan langsung di lapangan atau observasi. Seluruh data yang didapat tersebut dibaca dan ditelaah secara mendalam, kemudian digolongkan sesuai kebutuhan.⁴¹ Hal ini dilakukan agar data yang telah diperoleh menjadi mudah dibaca dan dipahami, serta memberikan informasi yang objektif yang diperlukan oleh peneliti. Kemudian data-data tersebut dipilah dalam bagian-bagian yang memiliki persamaan berdasarkan data yang diperoleh pada saat wawancara dan data yang diperoleh melalui referensi.

⁴⁰ Abu Achmadi dan Cholid Narkubo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), 85

⁴¹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993), 104.

c. *Verifying* (verifikasi)

Verifying adalah proses memeriksa data dan informasi yang telah didapat dari lapangan agar validitas data dapat diakui dan digunakan dalam penelitian.⁴² Selanjutnya adalah dengan mengkonfirmasi ulang dengan menyerahkan data yang sudah didapat kepada subyek penelitian. Hal ini dilakukan untuk menjamin bahwa data yang didapat adalah benar-benar valid dan tidak ada manipulasi.

d. *Concluding* (Kesimpulan)

Proses analisis data berakhir dengan tahap ini yaitu untuk menarik kesimpulan. dengan cara memadukan pernyataan narasumber penelitian dengan maksud yang terdapat dalam konsep-konsep dasar penelitian. Hasil kesimpulan ini akan diperkuat dengan bukti- bukti pernyataan yang didapat saat penelitian di lapangan.⁴³ Sehingga dapat ditarik kesimpulan penelitian yang terkait dengan analisis Etika Bisnis Islam dalam penetapan harga pada usaha Fotokopi Arthur Jaya di Keniten Ponorogo.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Analisis data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan

⁴² Nana Saudjana dan Ahwal Kusuma, *Proposal Penelitian di Perguruan tinggi*, (Bandung: Sinar Baru Argasindo, 2002), 84.

⁴³ Sandu Siyoto Dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Publishing, 2015), 24.

bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi.⁴⁴

Dari data-data yang terkumpul, peneliti berusaha menganalisis data tersebut. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif yaitu data-data yang diperoleh kemudian dituangkan dalam bentuk kata-kata maupun gambar, kemudian dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan yang realistis. Metode ini bertujuan menjawab pertanyaan yang menyangkut sesuatu pada saat berlangsungnya proses penelitian.⁴⁵

8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Teknik keabsahan data sangat perlu dilakukan guna memastikan penelitian benar-benar bisa dipertanggungjawabkan. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi. Triangulasi yaitu teknik dengan memperoleh data yang valid, agar peneliti dapat memperoleh kebenaran dan informasi yang diperoleh oleh peneliti di berbagai sudut pandang yang berbeda. Triangulasi berarti membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.⁴⁶

Dalam hal ini, peneliti menggunakan Teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas suatu data

⁴⁴ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: PT Refika Aditama, 2009), 339.

⁴⁵ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), 75.

⁴⁶ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 102.

dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber seperti hasil dari observasi maupun wawancara dari Karyawan dan juga pemilik Fotokopi Arthur Jaya. Sedangkan triangulasi teknik untuk mengujinkredibilitas suatu data yang harus dilakukan dengan cara pengecekann pada data yang diperoleh dari sumber yang sama menggunakan Teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dari hasil observasi, kemudian dicek dengan wawancara.

G. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan skripsi dapat tersusun secara sistematis dan penjabaran yang ada dapat dipahami dengan baik, maka peneliti membagi pembahasan menjadi lima bab, dan masing-masing bab terbagi menjadi beberapa sub bab, yaitu :

Bab I Pendahuluan. Bab ini berisi penjelasan secara umum, seperti latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Teori. Bab ini berisi mengenai landasan teori tentang Etika, Bisnis, Etika Bisnis Islam, Harga dalam prespektif islam, Kualitas dan pelayanan.

Bab III Paparan Data. Bab ini menguraikan tentang data-data yang dibutuhkan atau didapatkan dalam penelitian, mengenai penetapan harga menurut Etika Bisnis Islam, faktor-faktor yang memepengaruhi harga dan dampak dari penetapan harga Pada Usaha Fotokopi Arthur Jaya Di Keniten Ponorogo.

Bab IV Analisis Pembahasan. Bab ini merupakan isi pokok, bab ini berisi tentang penetapan harga menurut Etika Bisnis Islam, faktor-faktor yang memengaruhi harga dan dampak dari penetapan harga Pada Usaha Fotokopi Arthur Jaya Di Keniten Ponorogo.

Bab V Penutup. Bab ini merupakan bagian terakhir. Bab ini berisi tentang kesimpulan sebagai jawaban dalam pokok permasalahan dan saran-saran.



BAB II

PENETAPAN HARGA FOTOKOPI DI ARTHUR JAYA PRESPEKTIF

ETIKA BISNIS ISLAM

A. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu akhlak dalam menjalankan suatu kegiatan bisnis sesuai dengan aturan dan nilai-nilai dalam islam. Sehingga apabila nantinya melakukan kegiatan bisnis dan dilandasi dengan aturan dalam islam maka tidak perlu ada rasa kekhawatiran sebab hal tersebut sdah di Yakini sebagai suatu hal yang baik dan benar. Adapun etika dalam Islam di gambarkan dalam beberapa kebaikan yaitu : *Khayr* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (taqwa).¹

Di dalam buku karangan prof. Dr. H. Muhammada Djakfar mengatakan bahwa etika bisnis islam merupakan norma-norma etika yang berlandaskan Al-Qur'an dan hadist yang harus dijadikan sebagai patokan atau acuan bagi siapapun yang menjalankan kegiatan bisnis.²

Menurut Faisal Badroen Etika bisnis Islam secara sederhana berarti mempelajari tentang mana yang baik atau buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Moralitas di sini, sebagaimana telah dijelaskan yaitu aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela, benar atau salah, wajar atau tidak wajar, pantas atau tidak pantas

¹ Hanni Khairani, "Etika Bisnis Islam Tentang Manajemen Laba," *Skripsi* (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015), 21.

² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 29.

dari perilaku manusia. Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam susunan adjective di atas ditambah dengan halal dan haram.³

Istilah bisnis dalam Al- Quran yaitu *al-tijarah* dalam bahasa arab *tijaraha* yang berawal dari kata dasar *t-j-r*, *tajara tajranwatijarata*, yang memiliki makna berdagang atau berniaga. Pada dasarnya bisnis dalam Islam sama halnya dengan bisnis pada umumnya, yang membedakan adalah bisnis Islam harus patuh dan tunduk terhadap ajaran *Al- Quran, As sunnah, al-ijma dan qiyas*, selain itu harus memperhatikan batasanbatasan yang tertuang dalam sumber tersebut serta tidak boleh meninggalkan etika dalam semua kegiatan berbisnis.⁴

Nilai etika, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang boleh punya seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu Al-Quran dan hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan, termasuk dalam bisnis.⁵

Setelah mengetahui pengertian dari satu persatu dari kata etika bisnis dan Islam dapat disimpulkan makna dari ketiganya. Etika bisnis islam merupakan suatu upaya atau proses yang tujuannya untuk mengetahui hal-

³ Faisal Badroen. Suhendra, dan dkk, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 15.

⁴ Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ummul Qura*, 01 (2016), 55.

⁵ Hasan, Ali. 2010. *Manajemen Bisnis Syariah*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 23.

hal yang benar dan yang salah, yang dilanjutkan dengan melakukan hal yang berkaitan dengan barang atau produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan. Dalam pandangan islam seorang pengusaha bukan hanya sekedar mencari keuntungan semata, melainkan keberkahan yang mendapatkan ridha dari Allah SWT. Hal tersebut yang harus diraih para pengusaha dalam melakukan bisnis tidak sekedar mendapat keuntungan materiil saja akan tetapi juga mendapatkan keuntungan yang immaterial (spiritual).

B. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan pada etika bisnis Islam. Oleh karena itu hendaknya memiliki kerangka etika bisnis yang kuat, sehingga dapat mengantarkan aktivitas bisnis yang nyaman dan berkah. Bisnis Islam harus memiliki nilai ibadah, menjadi rahmatan lil ‘alamin untuk mendapatkan ridha Allah.⁶ Hendaknya dalam melakukan suatu bisnis, seorang pembisnis memiliki konsep nilai baik dan buruk dalam dunia usaha. Dengan berdasarkan nilai-nilai moral hukum untuk mendapatkan keuntungan, yang sesuai moralitas yang digunakan sebagai pedoman hidup bagi manusia. Setiap aktivitas bisnis, prinsip-prinsip etika bisnis Islam merupakan hal yang harus diperhatikan. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut :

⁶ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), 14.

a. Kesatuan (*Unity*).

Konsep ini dimaksudkan bahwa alam semesta, tersebut manusia, adalah milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhluk-nya. Konsep tauhid (dimensi *vertikal*) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa merupakan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.⁷

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengaruskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak diatas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan. Konsep equilibrium juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diusung oleh seorang pebisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan Tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat

⁷ Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Prenamedia Group, 2006), 89-90.

menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat⁸

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infaq, dan sedekah. Keseimbangan antara kepentingan individu dan kolektif roda perekonomian tanpa merusak sosial yang ada.⁹

d. Tanggungjawab (*Responsibility*)

Tanggungjawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggungjawab individu ini berarti setiap orang akan di adili secara personal di hari kiamat kelak. Tidak ada satu cara pun bagi seorang untuk melenyapkan perbuatan-perbuatan jahatnya kecuali dengan memohon ampunan Allah dan melakukan perbuatan-perbuatan ampunan Allah dan melakukan perbuatan

⁸ Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Prenamedia Group, 2006), 91-92.

⁹ *Ibid.*, 94-96.

perbuatan ampunan Allah dan melakukan perbuatan-perbuatan yang baik (amal saleh). Islam sama sekali tidak mengenal konsep dosa warisan, dan karena itu tidak ada seorangpun bertanggungjawab atas kesalahan-kesalahan orang lain. Tanggungjawab muslim yang sempurna ini tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya. Karena kebebasan itu merupakan kembar dan tanggungjawab, maka bila yang disebut belakangan itu semakin ditekankan berarti pada saat yang sama yang disebut pertamapun mesti mendapatkan tekanan lebih besar.¹⁰

e. Ihsan (*Benevolence*)

Artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut (Beekun 1997) atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan – akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat. Melihat bahwa keihsanan lebih penting kehadirannya ketimbang keadilan dalam kehidupannya sosial. Hal lain yang tak kalah penting adalah spirit persaudaran sesama muslim dapat pula direfleksikan kepada persoalan bisnis dan transaksi yang sudah dibatasi dalam frame syariat, agar Allah SWT. selalu membukakan pintu keberkahan kepada umat dalam setiap

¹⁰ Ibid..

aktivitas bisnis dan transaksi yang dijlankan. Harus digaris bawah bahwa setiap hubungan ekonomi antara yang mengunsung semangat persaudaraan sekalipun harus tetap dilandaskan agama dan tidak diperkenakan untuk memungkiri batasan syariah, karena kewajiban melaksanakan aturan syariat justru bertujuan untuk mengokohkan ikatan persaudaraan di antara orang-orang Islam.¹¹

C. Penetapan Harga dalam Prespektif Etika Bisnis Islam

Dalam jual beli atau perdagangan kita mengenal dengan istilah harga, penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan perdagangan. Harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya suatu produk dalam perdagangan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya. Harga merupakan, satu-satunya unsur dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan dari penjualan barang dan jasa, oleh karena itu harga yang ditetapkan penjual harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen.¹²

Penetapan harga dalam Islam sangat penting dan merupakan aspek penentu kegiatan ekonomi suatu tatanan masyarakat Islam. Untuk lebih lanjut berikut mengenai etika penetapan harga dalam perdagangan Islam:

a. Kejujuran

Sifat jujur atau dapat dipercaya merupakan sifat terpuji yang disenangi Allah, walaupun disadari sulit menemukan orang yang dapat

¹¹ Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Prenamedia Group, 2006), 102.

¹² Kurniwan Saifullah, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : Kencana, 2006), 24

dipercaya. Kejujuran adalah barang mahal. Lawan dari kejujuran adalah penipuan. Dalam dunia bisnis pada umumnya kadang sulit untuk mendapatkan kejujuran.¹³

Kejujuran dalam pelaku bisnis adalah perilaku tidak mengambil keuntungan hanya untuk dirinya sendiri dengan cara menyuap, menimbun barang, berbuat curang dan menipu, tidak memanipulasi barang dari segi kualitas dan kuantitasnya.

Bersikap jujur merupakan syarat penting seseorang dalam melakukan perdagangan. Oleh karena itu, agar diperoleh suatu keharmonisan dalam system perdagangan, diperlukan suatu perdagangan yang bermoral. Rasulullah SAW secara jelas telah banyak memberi contoh sistem perdagangan yang bermoral, yaitu selalu berlaku adil dan jujur. Dalam hal ini, bisnis yang adil dan jujur adalah bisnis yang tidak mendzalimi dan tidak pula dizalimi.¹⁴ Firman Allah dalam surah Al-Maidah ayat 8.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ

عَشْرَانُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ

P O N O R O G O

إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

¹³ Akhmad Supriadi, *Etika Ekonomi dan Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Kanwa Publisher, 2014), 53.

¹⁴ Jusmaliani, et al., *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 51.

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) Karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. berlaku adillah, Karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”*. (QS-Maidah : 8)¹⁵

Salah satu cermin kejujuran adalah menyempurnakan takaran dan timbangan. Tindakan tersebut yang jarang diperhatikan oleh pelaku bisnis, terlebih ketika dagangannya ramai oleh pembeli. Ketika menimbang meskipun kurang 1 gram belum dikatakan takaran yang sempurna. Hal itu sama artinya dengan merampas hak pembeli dan termasuk memakan harta orang lain dengan jalan yang bathil. Sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Isra ayat 35 yang berbunyi:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ

IAIN
P O N O R O G O

وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

¹⁵ Bukhara, *Al-Quran Tajwid dan Terjemahan Al-Maidah 8* (Bogor: Siyama, 2008), 86.

Artinya : *“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”*. (QS-Isra : 35)¹⁶

b. Keadilan

Menurut Islam, adil merupakan norma paling utama dalam seluruh aspek perekonomian. Hal itu dapat ditanggap dalam pesan Al-Qur'an yang menjadikan adil sebagai tujuan agama. Bahkan adil adalah salah satu asma Allah.¹⁷ Konsep harga yang adil pada hakikatnya telah ada dan digunakan sejak awal kehadiran Islam. Sebagaimana firman Allah dalam QS An-Nahl ayat 90 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : *“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil Pelajaran”*. (QS-An Nahl : 90)¹⁸

Adanya harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar pada transaksi yang tercermin dalam prinsip ekonomi Islam terhadap

¹⁶ *Ibid.*, 226

¹⁷ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997),

¹⁸ Bukhara, *Al-Quran Tajwid dan Terjemahan Al-Maidah 90* (Bogor: Siyma, 2008), 415.

keadilan yang menyeluruh. Rasulullah menyatakan bahwa harga dipasar itu ditentukan oleh Allah. Konsep dasar pada harga yang adil tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Karenanya harga haruslah mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya, penjual mendapatkan keuntungan dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dikeluarkan.

c. Tidak melipat gandakan harga

Motif berdagang adalah mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Namun Imam Al-Ghazali tidak setuju dengan keuntungan yang besar dalam arti melipatgandakan harga dalam jual beli. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 279:

فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلَإِنَّكُمْ رُءُوسٌ

أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya : *“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok*

hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya". (QS- Al Baqarah : 279)¹⁹

Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap Perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha ataupun pihak perusahaan. Penetapan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penetapan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang dapat dicapai perusahaan.²⁰ Faktor-faktor yang mempengaruhi harga, antara lain:

- a. Biaya merupakan salah satu faktor yang akan menentukan harga jual terendah (minimum) yaitu harga jual yang dapat menutupi semua biaya yang dikeluarkan dan memberikan sedikit laba.
- b. Permintaan yang kita pertimbangkan dalam permintaan adalah berapa banyak orang yang menginginkan produk kita, senerapa mendesak kebutuhan mereka, dan berapa harga yang tersedia dibayar pembeli.
- c. Persaingan, untuk menentukan harga jual, kita harus mencari tahu harga pesaing serta kebijakan harga lainnya dari pesaing seperti potongan harga, penjualan khusus dan layanan tambahan.

¹⁹ *ibid.*,37

²⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* , (Andi Offset, Yogyakarta, 1997), 223.

- d. Persepsi pelanggan, penetapan harga berdasarkan persepsi pelanggan berhubungan erat dengan konsep “nilai” produk kita dalam pikiran pelanggan. Jika pelanggan menganggap produk kita mempunyai nilai tinggi maka pelanggan akan bersedia mengorbankan lebih banyak uang untuk mendapatkan produk tersebut.
- e. Lokasi usaha, lokasi usaha akan mempengaruhi penetapan harga seperti minuman mineral yang dijual di hotel akan lebih mahal harganya jika dibandingkan dijual di warung makan.
- f. Tujuan perusahaan, apa yang ingin dicapai dari suatu Perusahaan terkait kebijakan penetapan harga jual akan menjadi tujuan penetapan harga seperti contoh memperluas pangsa pasar, meningkatkan laba dan memperkenalkan produk baru.

Ketentuan harga dalam Negara Islam, antara lain:

- a. Kenaikan harga sebenarnya

Kenaikan harga yang sebenarnya ini bisa terjadi karena bertambahnya persediaan uang, berkurangnya produktivitas, bertambahnya kemajuan aktivitas, dan berbagai pertimbangan kebijakan fiskal dan moneter.

- b. Kenaikan harga buatan

Kenaikan harga buatan ini bisa terjadi karena para pengusaha serakah, ada para pengusaha atau pedagang yang menimbun.²¹

- c. Kenaikan harga kebutuhan pokok

²¹ M. Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1997), 156.

Suatu agama yang mengatur dan mengawasi makanan kita dengan maksud menjadikan manusia murni, tidak akan mengabaikan kenaikan harga bahan pangan, karena ini merupakan kebutuhan pokok, sebab itu hasil dari bumi harus dijual di pasar sedemikian rupa, sehingga ia dapat dibeli dengan harga murah.

d. Harga monopoli

Monopoli adalah upaya kelompok perusahaan yang relative besar dan memiliki posisi dominan untuk mengatur atau meningkatkan control terhadap pasar dengan cara berbagai praktek anti kompetitif seperti penetapan harga yang mematikan dan persaingan yang tertutup. Dengan demikian, jenis pasar yang bersifat monopoli ini hanya terdapat satu penjual.

Harga monopoli yang dilakukan oleh pelaku usaha dilarang oleh pemerintahan, Pasal 17 UU No. 5 Tahun 1999 yang berbunyi ayat 1:

Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atau produksi dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan jasa persaingan usaha tidak sehat.²²

D. Dampak Penetapan Harga Pada Usaha Fotokopi Arthur Jaya

Yusuf Qardawi (1997) menjelaskan bahwa sebuah usaha dapat dikatakan sebagai usaha yang berkembang apabila memenuhi beberapa indikator berikut:

a. Omzet Penjualan

Apabila suatu usaha mengalami peningkatan omzet penjualan secara signifikan, maka dapat dikatakan bahwa usaha tersebut telah berkembang dengan baik.

b. Pendapatan/Laba

Suatu usaha yang memiliki kemampuan penetapan harga dan pemasaran yang baik, maka akan berdampak pada peningkatan pendapatan atau laba. Dengan demikian, akan mendukung terjadinya perkembangan usaha tersebut.

c. Pangsa Pasar

Pangsa pasar berkaitan dengan kemampuan suatu usaha dalam memasarkan produk kepada masyarakat sehingga usaha tersebut akan dikenal secara luas oleh semua kalangan. Hal ini akan berdampak pada tercapainya perkembangan usaha dan kesempatan untuk bersaing dengan usaha-usaha sejenis yang lain.²³



²³ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 190.

BAB III

DATA PENETAPAN HARGA, SISTEM PEMBULATAN, DAN DAMPAK DARI PENETAPAN HARGA

A. Fotokopi Arthur Jaya

1. Sejarah berdiri

Fotokopi Arthur Jaya merupakan salah satu bentuk usaha yang bergerak pada bidang fotokopi serta menyediakan pelayanan di bidang penjualan alat tulis dan kantor seperti map, buku-buku, pena, pensil serta keperluan-keperluan sekolah dan kantor lainnya. Fotokopi Arthur Jaya juga menyediakan jasa foto dan cetak foto dengan berbagai macam ukuran mulai dari 2x3 hingga yang paling besar adalah 24 RW. Fotokopi Arthur Jaya ini beralamatkan di Jl. Letjen Suprpto Sukowati, Poleng, Keniten Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo. Tempat usaha ini sangat strategis yaitu dipinggir jalan raya tepatnya di utara perempatan Keniten, tidak heran jika banyak yang mengenal usahanya dan ramai pelanggan yang menggunakan jasanya. Fotokopi Arthur Jaya berdiri sejak tahun 2005 Sampai sekarang 19 Tahun.¹

Fotokopi ini bermula di lingkungan niten belum ada toko alat tulis dan fotokopi itu menjadi kesempatan pemilik usaha mendirikan fotokopi tersebut. Pemilik usaha fotokopi ini Bernama pak Badarul Samsi, tetapi yang menjalankan usahanya adalah sang istri Bernama Ibu Ismiati. Fotokopi Arthur Jaya selalu mengedepankan kenyamanan para pelanggan

¹ Ismiati, *Wawancara*, 28 Januari 2024.

dengan memaksimalkan pelayanan, keramahan kecepatan dan ketepatan waktu pengerjaan dan juga pelayanan karyawan yang berpengalaman pada bidang masing – masing. Fotokopi Arthur Jaya memiliki 4 orang karyawan, yaitu Mbak Avva, Mbak Atul, Mbak Aida dan Mbak Alfinaa. Fotokopi Arthur Jaya ini buka dari jam 08.00 – 20.00 WIB. ²

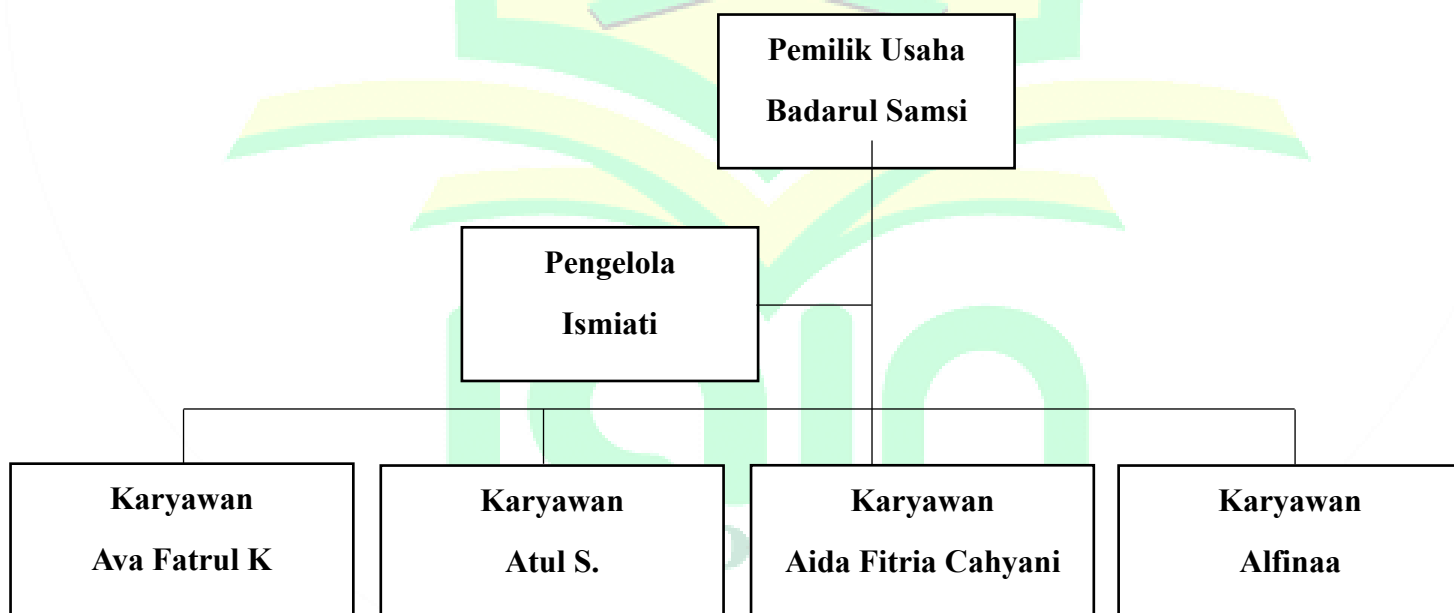
2. Struktur Organisasi

Pimpinan pada Fotokopi Arthur Jaya adalah pemilik usaha Fotokopi itu sendiri dan yang menentukan arah dan kebijakan jalannya usaha. Yang bertanggung jawab terhadap pengelolaannya adalah karyawan yang bertindak sebagai pengelola dan melaporkan kegiatannya kepada pemilik.

Struktur Organisasi Fotokopi Arthur Jaya

Tabel 3.1

Struktur Organisasi Fotokopi Arthur Jaya



Sumber : Fotokopi Arthur Jaya
Jabatan dan uraian tugas .

² Ismiati, *Wawancara*, 28 Januari 2024.

Pemilik usaha : Berperan sebagai penanggung jawab operasional.

Pengelola : Berperan sebagai kasir, penanggung jawab operasional, pelaksana pengoperasian fotokopi sekaligus melayani konsumen.

Karyawan : Berperan sebagai kasir, pelaksana Pengoperasian fotokopi sekaligus melayani Konsumen

3. Produk dan Layanan

Fotokopi Arthur Jaya ialah salah satu usaha yang bergerak pada bidang Fotokopi dan juga menyediakan berbagai jenis alat tulis kantor dan berbagai layanan jasa yang dibutuhkan oleh setiap konsumen diantaranya adalah :

Tabel 3.2
Produk Fotokopi Arthur Jaya

NO	ALAT TULIS DAN KANTOR	HARGA
1	Beragam Pulpen dan Pensil	Rp. 1000-10.000
2	Beragam kertas	Rp. 200 – 3000
3	Amplop	Rp. 300 - 2500
4	Penghapus	Rp. 2000 – 3500
5	Buku folio dan biasa	Rp. 4.500 – 19.000
6	Sampul buku	Rp. 3000 - 5000
DAFTAR HARGA FOTOKOPI		
NO	NAMA BARANG	HARGA
1	Fotokopi A4 /F4 Putih	Rp. 300 /Lb

2	Fotokopi A4 / F4 Putih 2 Sisi / BB	Rp. 350 /Lb
3	Fotokopi F4 Warna	Rp. 400 / Lb
4	Fotokopi F4 Warna 2 Sisi / BB	Rp. 450 / Lb
5	Fotokopi Cover	Rp. 1000 / Lb
6	Fotokopi Cover 2 Sisi / BB	Rp. 1.500 / Lb
7	Fotokopi A3	Rp. 1.250 /Lb
8	Fotokopi A3 2 Sisi / BB	Rp. 1.750 / Lb

Tabel 3.3
Harga Print Fotokopi Arthur Jaya

DAFTAR HARGA PRINT		
NO	NAMA BARANG	HARGA
1	Print Tulisan / Hitam Putih	Rp. 1000 / lb
2	Print warna biasa	Rp. 1.000 / lb
3	Print warna biasa	Rp. 850 / lb
4	Print warna full	Rp. 2.000 / lb
5	Print BB Hitam putih	Rp. 1.000 / lb
6	Print BB warna	Rp. 2.000 / lb
7	Print BB warna full	Rp. 2.500 / lb
8	Print buffalo biasa	Rp. 1.500 / lb
9	Print buffalo BB hitam putih	Rp. 2.000 / lb
10	Print buffalo BB warna Full	Rp. 3.000 / lb
11	Print kertas warna	Rp. 1.000 / lb

12	Scan	Rp. 1.000 / lb
13	Ketik undangan	Rp. 3.000 / lb
14	Ketik label undangan	Rp. 1.000 / lb
15	Ketik label undangan + kertas	Rp. 2.000 / lb
16	Print kotak nasi biasa	Rp. 1.200 / lb
17	Print kotak nasi warna	Rp. 1.500 / lb
18	Print kotak nasi warna blok	Rp. 2.000 / lb

Tabel 3.4

Daftar Harga Cetak Foto Fotokopi Arthur Jaya

DAFTAR HARGA CETAK FOTO & FIGURA

JENIS	UKURAN	HARGA CTK	H. FIGURA
1 paket = 6	2 x 3	Rp. 5.000	-
1 paket = 6	3 x 4	Rp. 5.000	-
1 paket = 4	4 x 6	Rp. 5.000	-
2 R Min. 2	6 x 9	Rp. 1.500	-
3 R	9 X 13	Rp. 2.000	Rp. 15.000
4 R	10 X 15	Rp. 2.500	Rp. 15.000
5 R	13 x 18	Rp. 5.000	Rp. 15.000
8 R / 10 R	20 x 25	Rp. 10.000	Rp. 25.000
8 RW / 10 RW	20 x 30	Rp. 15.000	Rp. 30.000
12 R Kertas Foto	30 x 40	Rp. 40.000	Rp. 55.000
12 RW / 14 R	30 x 45	Rp. 50.000	Rp. 70.000

12 R Kertas Ap	30 x 40	Rp. 15.000	Rp. 55.000
12 RW / 14 R	30 x 45	Rp. 25.000	Rp. 70.000
16 R	40 x 50	Rp. 50.000	Rp. 100.000
16 RW / 16 R	40 x 60	Rp. 55.000	Rp. 130.000
20 R	50 x 60	Rp. 65.000	Rp. 130.000
20 RW	50 x 75	Rp. 85.000	Rp. 150.000
24 R	60 x 80	Rp. 100.000	Rp. 170.000
24 RW	60 x 90	Rp. 130.000	Rp. 200.000

Sumber : Fotokopi Arthur Jaya

Peralatan yang digunakan oleh Fotokopi Arthur Jaya terdiri dari berbagai spesifikasi antara lain adalah sebagai berikut :

- a. Mesin Fotokopi
- b. Mesin Laminating
- c. Computer
- d. *Printer*
- e. *Scanner* dan lain – lain

Adapun berbagai macam bahan – bahan yang digunakan oleh Fotokopi Arthur Jaya antara lain adalah sebagai berikut :

- a. Kertas HVS Putih dan warna berbagai ukuran, dan ketebalan
- b. Kertas warna *Soft cover* dan *Hard cover*
- c. Tinta hitam dan warna
- d. Lakban, stapler, dan spiral

B. Data Penetapan Harga Pada Usaha Fotokopi Arthur Jaya

1. Penetapan Harga Di Fotokopi Arthur Jaya menurut Etika Bisnis Islam

Harga menjadi faktor yang sangat krusial karena dapat mempengaruhi daya jual suatu produk. Kesalahan dalam menetapkan harga dapat berdampak fatal terhadap produk yang ditawarkan. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan dari penjualan barang dan jasa. Oleh karena itu, harga yang ditetapkan harus seimbang dengan nilai yang ditawarkan kepada konsumen.

Penetapan harga dalam Islam memiliki peran yang sangat vital dan merupakan faktor penentu dalam kegiatan ekonomi masyarakat Islam. Berikut adalah etika penetapan harga dalam perdagangan Islam:

a. Kejujuran

Kejujuran dalam bisnis mengacu pada perilaku di mana pelaku bisnis tidak mencari keuntungan secara tidak jujur, seperti dengan cara menyuap, menimbun barang, berlaku curang, atau menipu. Mereka juga tidak memanipulasi kualitas atau kuantitas barang yang ditawarkan. Salah satu cermin kejujuran adalah menyempurnakan takaran dan timbangan.

Dalam hal ini, kejujuran yang dimaksud adalah jujur dalam memberikan informasi terkait hasil fotokopian atau output yang dihasilkan pemilik usaha, seperti yang dikatakan oleh Ibu Ismi.

“iya mbk kami memberikan informasi kepada pelanggan dengan jujur terkait produk yang dijual. Seperti memberikan print dan Fotokopian dengan hasil yang bagus. Selain itu saya juga memberikan informasi dengan jujur terkait kertas yang digunakan. Missal pelanggan meminta print kertas F4 ya kami memberikan kertas F4. Jika ada yang fotokopi mintanya bolak balik ya kami akan memfotokopi dengan bolak balik. Tapi untuk harga memang ada pembulatan langsung dari saya tanpa konfirmasi ke pada pelanggan.”³

Selain itu, Mbak Avva karyawan Arthur Jaya berpendapat bahwa : iya mbk kami selaku karyawan selalu mengedepankan kejujuran, entah itu terkait permintaan pelanggan seperti fotokopi buku paket itu kami memfotokopinya ya sesuai jumlah halaman yang ada di buku paket, tidak dikorupsi agar cepat selesai.⁴

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Pak Darul Suami Dari Ibu Ismi yang ikut mengelola Fotokopi Arthur Jaya : selalu jujur mbk dalam menawarkan produk yang dijual ke pelanggan, namun dalam pembulatan harga memang langsung saya bulatkan ketika memberikan pengembalian tanpa konfirmasi kepada pelanggan.⁵

Fotokopi Arthur Jaya senantiasa jujur dan tidak menutup-nutupi informasi kepada konsumen. Seperti yang dikatakan oleh mbk Aida salah satu karyawan di Fotokopi Arthur Jaya mengatakan :

“tidak ada yang kami tutupi mbk selama kami melayani pembeli. Kami selalu jujur dalam memberikan informasi terkait harga barang dan apapun yang ditanya oleh pembeli. Seperti jika konsumen membeli kertas hvs sejumlah 10 lembar ya kita akan

³ Ismiati, *Wawancara*, 31 Januari 2024.

⁴ Ava Fatrul Kharomah, *Wawancara*, 31 Januari 2024.

⁵ Badarul Samsi, *Wawancara* 31 Januari 2024

mengambilkan 10 lembar jadi kami tidak mengurangi kertas tersebut. Jika dalam pengambilan kertas itu ada 1 kertas yang kotor atau sobek ya kita akan mengganti dengan yang baru mbk. Jadi tidak ada yang kami tutup tutupi selama dalam transaksi penjualan mbk”.⁶

Hal serupa juga diungkapkan oleh bu Ismi pemilik toko Fotokopi Arthur Jaya, beliau mengatakan : kalau yang ditutupi dari pembeli nggak ada mbk. Saya selalu tekankan kepada karyawan agar dalam melayani pembeli itu dengan transparasi tidak ada yang ditutupi. Agar semua pembeli itu merasa nyaman dan aman dalam membeli di toko kita gitu mbk.⁷

Hal serupa juga yang diungkapkan oleh mbak Ava karyawan fotokopi Arthur Jaya : Karyawan semua yang ada disini itu selalu terbuka dan jujur mbak terkait dengan produk dan layanan yang kami tawarkan. Tidak ada yang ditutup – tutupi entah itu terkait harga dan juga kualitas. Jadi kami itu menyampaikan semuanya itu dengan jelas.⁸

Dari paparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Fotokopi Arthur Jaya dalam melayani konsumen menerapkan kejujuran.

b. Keadilan

Harga yang adil adalah harga yang tidak menghasilkan eksploitasi atau penindasan sehingga tidak merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lainnya. Oleh karena itu, harga harus

⁶ Aida Fitria, *Wawancara*, 01 Februari 2024

⁷ Ismiati, *Wawancara*, 01 Februari 2024

⁸ Ava, *Wawancara*, 01 Februari 2024

mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjual, di mana penjual mendapatkan keuntungan yang wajar sementara pembeli memperoleh manfaat yang sepadan dengan harga yang dibayarkan.

Seperti yang diungkapkan oleh bu Ismi :

“iya mbk, menurut saya produk yang dijual di Fotokopi Arthur Jaya ini murah, harga yang diberikan itu untuk print mulai dari 750 dan untuk fotokopi 300 untuk per lembarnya. Jadi penjual itu akan mendapatkan keuntungan dan pembeli akan memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dikeluarkan, jadi sama sama adil mbk.”⁹

Jika dilihat dari sisi konsumen, konsumen itu tidak dirugikan karena hasil dari print dan fotokopinya itu juga sesuai dengan harga yang diberikan. Seperti pendapat dari Mbak Dilla konsumen dari Fotokopi Arthur Jaya : Iya karena, saya membutuhkan itu, misalnya ngeprint laporan, fotokopi ktp itu tidak bisa saya lakukan sendiri. Maka dari itu dengan harga per lembar 300/750 sudah sangat sesuai di pasaran.¹⁰

Pendapat lainnya dari mbak Atul selaku karyawan di Fotokopi Arthur Jaya : Iya mbk, harga produk yang ada di toko sini itu selalu memberikan manfaat kepada pelanggan. Semua karyawan yang ada disini berusaha memberikan layanan fotokopi yang berkualitas dan juga efisien untuk pelanggan.¹¹

⁹ Ismiati, *Wawancara*, 31 Januari 2024.

¹⁰ Dilla Fitriani, *Wawancara*, 31 Januari 2024.

¹¹ Atul, *Wawancara*, 01 Februari 2024.

c. Tidak melipat gandakan harga

Tujuan berdagang adalah untuk mencari keuntungan guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, Imam Al-Ghazali menolak konsep keuntungan yang besar dalam arti menggandakan harga dalam transaksi jual beli. Maksud dari melipatgandakan harga dalam hal ini adalah adanya pembulatan harga yang terjadi di Fotokopi Arthur Jaya.

Mekanisme penetapan harga dengan pembulatan harga pada nominal ganjil telah dilakukan oleh Fotokopi Arthur Jaya seperti yang dijelaskan oleh Ibu Ismi :

“untuk masalah pembulatan harga di Fotokopi Arthur Jaya saya benarkan memang ada mbk, karena sulit mendapatkan uang pecahan, pembulatan disini biasanya dilakukan pada saat jumlah harga yang diperoleh pelanggan ada nominal ganjil semisal Rp. 750 dibulatkan menjadi Rp. 1000, Rp. 2.700 dibulatkan menjadi Rp.3000 dan seterusnya. Biasanya pembulatan akan dikenakan Rp. 500 atau Rp. 1000.¹²

Perihal pembulatan harga pada Fotokopi Arthur Jaya tersebut juga dibenarkan oleh karyawan yaitu Mbak Atul yaitu :

“iya mbk disini ada sistem pembulatan harga, namun pembulatan harga tersebut hanya dilakukan saat ada harga yang ganjil, apalagi disini banyak harga yang ganjil mbk seperti fotokopi, print dan lain sebagainya. Missal ada yang fotokopi 2 lembar itu kan dibulatkan ke nominal Rp. 1.000. Biasanya kita itu membulatkan di bawa ke nominal Rp. 500 atau Rp. 1000.¹³

¹² Ismiati, *Wawancara*, 01 Februari 2024

¹³ Atul, *Wawancara*, 01 Februari 2024

Hal serupa juga dikatakan oleh mbak aida karyawan fotokopi Arthur Jaya: Iya mbk, kami biasanya melakukan pembulatan harga untuk memudahkan transaksi.¹⁴

Seperti yang diungkapkan oleh ibu Binti pelanggan tetap Fotokopi Arthur Jaya :

“Saya lebih memilih berbelanja di Arthur Jaya karena pelayanannya baik dan cepat karyawannya juga ramah-ramah, saya sudah lama menjadi pelanggan disini karena saya banyak memerlukan untuk kebutuhan-kebutuhan di Posyandu seperti Fotokopi dokumen- dokumen penting, cetak foto dan lain-lain, saya tidak pernah merasa dirugikan selama berbelanja disini, saya tau ada sistem pembulatan harga disini karena saya pernah fotokopi 3 lembar KTP dihargai Rp.1000,- rupiah seharusnya Rp.750,-. Menurut saya sih wajar-wajar saja lagian pembulatannya cuma segitu jadi gak merasa dirugikan Saya tidak pernah komplain karena memang sudah diberitahukan sebelumnya oleh karyawannya walau terkadang juga dibulatkan gitu saja.”¹⁵

Hal serupa juga dialami oleh ibu Siti Maisyaroh, beliau merupakan pelanggan yang sering fotokopi di Arthur Jaya. Beliau mengatakan bahwa :

“saya sering belanja di Fotokopi Arthur Jaya disana pelayanannya itu ramah mbk dan juga lengkap. Biasanya saya disana mencari perlengkapan sekolah anak anak saya seperti buku, pensil dan cetak foto. Perkara pembulatan saya kurang tau mbk, walaupun ada system pembulatan harga sudah seharusnya itu disampaikan dulu yam bk sebelum pembayaran. Bukannya apa – apa mbk, bukan masalah sedikit atau banyaknya nominal yang dibulatkan, tapi kan alangkah baiknya ada kejelasan di awal”.¹⁶

¹⁴ Aida Fitria, *Wawancara*, 01 Februari 2024

¹⁵ Binti, *Wawancara*, 01 Februari 2024

¹⁶ Siti Maisyaroh, *Wawancara* 01 Februari 2024

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Fotokopi Arthur Jaya menggunakan metode pembulatan harga dalam sistem transaksinya.

Penetapan harga memainkan peran penting dalam menentukan penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun begitu, masih banyak perusahaan yang belum sempurna dalam mengelola penetapan harga. Harga memiliki dampak langsung terhadap tingkat penjualan, tingkat keuntungan, dan pangsa pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.¹⁷ Faktor-faktor yang mempengaruhi harga, antara lain:

a. Biaya

Biaya merupakan salah satu faktor yang akan menentukan harga jual terendah (minimum) yaitu harga jual yang dapat menutupi semua biaya yang dikeluarkan dan memberikan sedikit laba. Sama halnya dengan Fotokopi Arthur Jaya dalam penetapan harga juga mempertimbangkan biaya operasional seperti berikut :

Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ismi, beliau mengatakan :

“iya mbk, kalau biaya operasional seperti kertas, tinta, Listrik, fotokopi, cetak foto, dan lain sebagainya, itu selalu jadi pertimbangan dalam penetapan harga mbk, tapi kami juga melihat dan juga menyamakan harga sesuai pasaran dan itu juga ada keuntungan mbk”.¹⁸

¹⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Andi Offset, Yogyakarta, 1997), 223.

¹⁸ Ismiati, *Wawancara*, 01 Februari 2024

Dari penjelasan Bu Ismi menjelaskan bahwa fotokopi selalu mempertimbangkan biaya operasional, namun tetap melihat dan juga menyamakan harga sesuai dengan pasaran yang ada.

b. Permintaan

Permintaan yang kita pertimbangkan dalam permintaan adalah berapa banyak orang yang menginginkan produk kita, seberapa mendesak kebutuhan mereka, dan berapa harga yang tersedia dibayar pembeli. Seperti halnya fotokopi Arthur Jaya jika ada banyak pelanggan yang mencari barang yang sama ada kemungkinan penetapan harga juga akan naik.

Seperti yang diungkapkan oleh ibu ismi beliau mengatakan :

“ kalau untuk itu kami menyesuaikan dengan harga pasaran mbak, enggak menyesuaikan dengan permintaan mbk. Jadi jika banyak permintaan itu harga kita tetep stabil mbk, kecuali kalau dari supplier naik baru kita naikkan”.¹⁹

Dari yang di paparkan oleh Ibu Ismiati, fotokopi Arthur Jaya itu menyesuaikan harga dengan pasaran. Jika banyak permintaan tidak akan merubah harga barang tersebut kecuali jika dari supplier naik maka akan dinaikkan.

c. Persaingan,

Untuk menentukan harga jual, kita harus mencari tahu harga pesaing serta kebijakan harga lainnya dari pesaing seperti potongan

¹⁹ Ismiati, *Wawancara*, 01 Februari 2024

harga, penjualan khusus dan layanan tambahan. Seperti yang dipaparkan oleh Ibu Ismiati :

“ Dalam persaingan harga, kami selalu berusaha memberikan harga yang murah namun kualitas masih terjamin mbk. Ya kaya di samaratakan gitu dengan fotokopi lainnya. Di fotokopi kami ini insyaallah harga itu lebih murah dari pada fotokopi lainnya”.²⁰

Dari yang dipaparkan oleh Ibu Ismiati, dalam persaingan harga fotokopi Arthur jaya berusaha memberikan penawaran yang murah namun masih menjamin kualitasnya. Harga fotokopi lebih murah disbanding dengan fotokopi lainnya.

d. Persepsi pelanggan,

Penetapan harga yang didasarkan pada persepsi pelanggan berkaitan dengan konsep "nilai" produk dalam pandangan mereka. Jika produk dianggap memiliki nilai tinggi oleh pelanggan, mereka akan lebih bersedia membayar lebih untuk mendapatkannya.

Seperti yang diungkapkan oleh mbak Dilla pelanggan Fotokopi Arthur Jaya : Sebagai pembeli saya merasa harga yang dikenakan cukup sebanding dengan kualitas Fotokopian yang saya terima mbk. Kecepatan pengerjaannya pun menurut saya juga sudah memuaskan. Untuk pelayanannya juga sangat baik dan ramah.²¹

Dari yang dikatakan oleh Mbak Dilla pelanggan Fotokopi Arthur Jaya, merasa harga yang di berikan dengan kualitas barang

²⁰ Ismiati, *Wawancara*, 01 Februari 2024

²¹ Ismiati, *Wawancara*, 01 Februari 2024

yang diperjualbelikan itu sudah sebanding dan juga memuaskan para pelanggan.

e. Lokasi usaha,

lokasi usaha akan mempengaruhi penetapan harga seperti minuman mineral yang dijual di hotel akan lebih mahal harganya jika di bandingkan dijual di warung makan. Fotokopi Arthur Jaya dalam melakukan penetapan harga tidak mempertimbangkan lokasi namun mempertimbangkan kualitas produk. Hal tersebut dijelaskan oleh Ibu Ismiati sebagai berikut :

“Dalam menetapkan harga kami tidak mempertimbangkan mengenai lokasi dan juga cara promosi mbk. Promosinnya disini itu hanya dari mulut kemulut dari pelanggan. Penetapan harga lebih dipengaruhi oleh kualitas barang dan juga merk, semisal pulpen jika lebih bagus pulpennya maka harganya akan lebih tinggi”.²²

Dari yang dikatakan oleh Ibu Ismiati, di Fotokopi Arthur jaya dalam menetapkan harga mereka tidak mempertimbangkan lokasi usaha, namun yang menjadi pertimbangan adalah kualitas barang dan juga merk barang tersebut. Jika kualitas dan merk nya bagus maka harganya akan semakin tinggi.

f. Tujuan perusahaan,

Tujuan apa yang ingin dicapai dari suatu Perusahaan terkait kebijakan penetapan harga jual akan menjadi tujuan penetapan harga seperti contoh memperluas pangsa pasar, meningkatkan laba dan

²² Ismiati, *Wawancara*, 01 Februari 2024

memperkenalkan produk baru. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Ismiati : Tujuan usaha yang pertama itu pastinya untuk mencari keuntungan ya mbk, na dari keuntungan itu kan nantinya saya akan memenuhi tanggungjawab seperti membayar gaji karyawan dan lain – lain.²³

Kemudian tujuan usaha fotokopi yang kedua adalah untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan dengan cara memberikan tugas dan pekerjaan sesuai dengan kemampuan pada bidangnya, sebagaimana yang di jelaskan oleh Ibu Ismiati :

“Tujuan usaha yang kedua itu meningkatkan produktivitas kerja karyawan mbk yaitu dengan cara memberikan pekerjaan sesuai dengan kemampuan pada bidangnya masing – masing. Seperti edit foto, tidak semua karyawan bisa mbk. Meskipun begitu yang lainnya juga tetep saya suruh untuk belajar. Kalau dalam hal Fotokopi saya rasa semuanya sudah bisa mbk”.²⁴

Kemudian tujuan yang ketiga adalah untuk memudahkan urusan para pelanggan, sebagaimana yang di jelaskan oleh Ibu Ismiati : Tujuan usaha yang ketiga itu saya ingin memberikan kemudahan bagi mereka yang membutuhkan fotokopi atau Salinan dengan harga yang wajar, sehingga nanti para pelanggan itu akan puas berbelanja di Fotokopi Arthur Jaya mbk.²⁵

Dari penjelasan oleh Ibu Ismiati untuk memaksimalkan laba usaha fotokopi Arthur Jaya membuka berbagai layanan dan juga

²³ Ismiati, *Wawancara*, 01 Februari 2024

²⁴ Ismiati, *Wawancara*, 01 Februari 2024

²⁵ Ismiati, *Wawancara*, 01 Februari 2024

menjual berbagai macam alat tulis dengan penetapan harga yang rendah menurut beliau juga bisa meningkatkan penjualan. Selain itu Fotokopi Arthur Jaya selalu mengedepankan kualitas layanan dan meningkatkan produktivitas karyawan.

2. Sistem Pembulatan Harga Pada Usaha Fotokopi Arthur Jaya

Iskandar (2021) memaparkan bahwa pembulatan harga merupakan suatu metode untuk menyederhanakan angka atau bilangan terpecah atau bilangan ganjil maupun genap yang dibulatkan ke sebuah bilangan tertentu agar mudah terbaca dalam proses perhitungan. Pembulatan harga umumnya dapat diketahui apabila suatu usaha menerapkan metode pembulatan ke bilangan bulat terdekat, baik itu angka ke atas atau angka ke bawah, maupun menerapkan keputusan harga yang dianggap lebih sederhana sehingga mudah dipahami pelanggan.

Fotokopi Arthur Jaya belum memenuhi Etika Bisnis Islam karena telah melakukan pembulatan harga. Dalam hal ini mekanisme penetapan harga dengan pembulatan harga pada nominal ganjil telah dilakukan oleh usaha tersebut, sebagaimana yang dijelaskan oleh Ibu Ismi :

“Untuk masalah pembulatan harga di Fotokopi Arthur Jaya saya benarkan memang ada mbk, karena sulit mendapatkan uang pecahan, pembulatan disini biasanya dilakukan pada saat jumlah harga yang diperoleh pelanggan ada nominal ganjil semisal Rp. 750 dibulatkan menjadi Rp. 1000, Rp. 2.700 dibulatkan menjadi Rp.3000 dan seterusnya. Biasanya pembulatan akan digenapkan Rp. 500 atau Rp. 1000.²⁶

²⁶ Ismiati, *Wawancara*, 01 Februari 2024

Perihal pembulatan harga pada Fotokopi Arthur Jaya tersebut juga dibenarkan oleh karyawan yaitu Mbak Atul yaitu :

“Iya mbk disini ada sistem pembulatan harga, namun pembulatan harga tersebut hanya dilakukan saat ada harga yang ganjil, apalagi disini banyak harga yang ganjil mbk seperti fotokopi, print dan lain sebagainya. Biasanya kita itu membulatkan di bawah ke nominal Rp. 500 atau Rp. 1000.²⁷

Hal serupa juga dikatakan oleh mbak aida karyawan fotokopi Arthur Jaya: Iya mbk, kami biasanya melakukan pembulatan harga untuk memudahkan transaksi.²⁸

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha Fotokopi Arthur Jaya melanggar Etika Bisnis Islam, khususnya pada indikator pembulatan harga. Hal ini memberikan dampak terhadap keberlangsungan usaha tersebut sehingga adanya aspek kejujuran menjadi hal yang perlu ditingkatkan secara signifikan oleh pemilik usaha maupun karyawan.

3. Dampak Penetapan Harga Pada Usaha Fotokopi Arthur Jaya

Yusuf Qardawi (1997) menjelaskan bahwa sebuah usaha dapat dikatakan sebagai usaha yang berkembang apabila memenuhi beberapa indikator berikut:

²⁷ Atul, *Wawancara*, 01 Februari 2024

²⁸ Aida Fitria, *Wawancara*, 01 Februari 2024

d. Omzet Penjualan

Apabila suatu usaha mengalami peningkatan omzet penjualan secara signifikan, maka dapat dikatakan bahwa usaha tersebut telah berkembang dengan baik.

e. Pendapatan/Laba

Suatu usaha yang memiliki kemampuan penetapan harga dan pemasaran yang baik, maka akan berdampak pada peningkatan pendapatan atau laba. Dengan demikian, akan mendukung terjadinya perkembangan usaha tersebut.

f. Pangsa Pasar

Pangsa pasar berkaitan dengan kemampuan suatu usaha dalam memasarkan produk kepada masyarakat sehingga usaha tersebut akan dikenal secara luas oleh semua kalangan. Hal ini akan berdampak pada tercapainya perkembangan usaha dan kesempatan untuk bersaing dengan usaha-usaha sejenis yang lain.²⁹

Dengan menerapkan penetapan harga berdampak pada usaha Fotokopi Arthur Jaya. Baik itu dari segi omzet penjualan, laba dan pangsa pasar yang menurun. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ismiati: Penetapan harga pada usaha fotokopi saya ini sangat mempengaruhi omzet penjualan, laba dan pangsa pasar menurun mbk.

²⁹ Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 190.

Dengan pembulatan harga berakibat kurangnya pelanggan yang datang ke tempat fotokopian saya.³⁰

Seperti yang diungkapkan oleh Pak Badarul Samsi Pemilik usaha Fotokopi : Dengan adanya pertimbangan – pertimbangan dan akhirnya kita membulatkan harga karena mencari uang receh untuk pengembalian itu sangat sulit, dan hal tersebut akan berdampak buruk juga terhadap omzet penjualan, laba dan juga pangsa pasar.³¹

Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ismiati :

“Dengan adanya pembulatan harga penetapan harga tentunya berdampak pada omzet penjualan, laba dan juga pangsa pasar kami mbk. Dengan adanya pembulatan harga, maka akan mempengaruhi penurunan jumlah konsumen yang berbelanja ditoko kami. Sehingga ini akan merugikan kami mbk.”³²

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pembulatan harga akan berdampak pada omzet penjualan, laba dan juga pangsa pasar akan menurun.

IAIN
PONOROGO

³⁰ Ismiati, *Wawancara*, 01 Februari 2024

³¹ Badarul Samsi, *Wawancara*, 02 Februari 2024

³² Ismiati, *Wawancara*, 01 Februari 2024

BAB IV

ANALISIS

PENETAPAN HARGA FOTOKOPI DI ARTHUR JAYA PRESPEKTIF

ETIKA BISNIS ISLAM

A. Analisis Penetapan Harga di Fotokopi Arthur Jaya menurut Etika Bisnis Islam

Dalam jual beli atau perdagangan, penentuan harga merupakan aspek yang sangat penting. Harga menjadi faktor krusial karena dapat menentukan seberapa laku suatu produk dalam perdagangan. Kesalahan dalam menetapkan harga dapat berdampak fatal terhadap produk yang ditawarkan. Harga adalah satu-satunya elemen dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan dari penjualan barang dan jasa, oleh karena itu, harga yang ditetapkan harus sebanding dengan nilai yang ditawarkan kepada konsumen.¹

Penetapan harga dalam Islam memiliki peran yang sangat vital dan merupakan faktor penentu dalam kegiatan ekonomi masyarakat Islam. Berikut adalah etika dalam penetapan harga dalam perdagangan Islam :

a. Kejujuran

Pemilik usaha fotokopi dan karyawan senantiasa mengedepankan prinsip kejujuran dalam menjalankan usahanya yang dibuktikan dengan diterapkannya prinsip keterbukaan dalam melayani konsumen, misalnya ketika konsumen bertanya terkait produk yang dijual maka pemilik usaha

¹ Kurniawan Saifullah, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : Kencana, 2006), 24.

maupun karyawan dengan antusiasme memberikan jawaban dan informasi secara utuh agar konsumen memperoleh informasi secara akurat. Selain itu perilaku jujur juga ditunjukkan ketika konsumen menerima hasil fotokopian atau *output* yang dihasilkan pemilik usaha. Pemilik usaha dan karyawan berperilaku jujur dalam menyampaikan harga maupun kualitas produk yang ditawarkan, kemudian apabila terdapat kondisi yang kurang memuaskan maka pemilik usaha dan karyawan akan menerima evaluasi dari konsumen secara terbuka.

Pemilik usaha fotokopi dan karyawan bersikap jujur dan terbuka dalam memberikan informasi terkait harga produk dan kualitas produk yang ditawarkan. Pemilik usaha dan karyawan tidak melakukan praktik penipuan maupun manipulasi harga sehingga transparansi pelayanan diterapkan secara baik ketika terjadi transaksi jual beli. Hal ini dibuktikan dengan adanya komitmen pemilik usaha dan karyawan dalam memberikan pelayanan yang jujur serta adanya keterbukaan dalam menyampaikan segala informasi kepada konsumen. Namun, berdasarkan analisa aspek melipatgandakan harga pada proses jual beli, terdapat data bahwasannya pada praktik pembulatan harga masih diterapkan pada usaha fotokopi ini sehingga beberapa konsumen yang merasa kurang nyaman ketika pelaku usaha tidak memberitahukan terlebih dahulu terkait adanya pembulatan harga dalam transaksi pembayaran. Sehingga dari kasus tersebut pelaku usaha masih perlu meningkatkan kejujuran dan ketelitian dalam membagikan informasi agar kepercayaan konsumen semakin meningkat.

Jujur dalam memberikan informasi terkait kertas, namun untuk pembulatan harga memang langsung dibulatkan oleh pemilik tanpa menginformasikan ke konsumen. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha Fotokopi Arthur Jaya telah melaksanakan prinsip etika bisnis Islam yang berkaitan dengan kejujuran, namun masih perlu diadakan evaluasi pada aspek penyampaian informasi mengenai adanya pembulatan harga.

b. Keadilan

Pemilik usaha fotokopi dan karyawan senantiasa mengedepankan prinsip keadilan dibuktikan dengan adanya keseimbangan terhadap harga dengan kualitas produk yang dijual. Pemilik usaha mengatur harga dengan mempertimbangkan kesetaraan sehingga antara pemilik usaha maupun konsumen memperoleh manfaat yang sepadan. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan bersama pemilik usaha dan karyawan, prinsip keadilan ini diterapkan sebagai wujud pemenuhan hak terhadap konsumen yang telah membeli produk. Seluruh konsumen berhak mendapatkan pelayanan yang sama dari usaha fotokopi ini. Pemilik usaha dan karyawan menerapkan perilaku adil ini kepada semua aspek, menyamakan pelayanan dan menyetarakan penyampaian harga secara adil terhadap semua konsumen tanpa memandang jabatan maupun status sosial. Penerapan prinsip keadilan pada Fotokopi Arthur Jaya dalam menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk, terbukti dapat memberikan manfaat bagi konsumen maupun pemilik usaha dan tidak menimbulkan terjadinya

eksploitasi terhadap konsumen. Dengan demikian pemilik usaha memperoleh keuntungan dan konsumen memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang telah dikeluarkan. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa prinsip keadilan telah diterapkan secara baik pada usaha Fotokopi Arthur Jaya.

c. Tidak melipat gandakan harga

Pemilik usaha fotokopi dan karyawan melakukan proses melipatgandakan harga, dalam hal ini adalah adanya mekanisme penetapan harga dengan pembulatan harga. Hal ini dibuktikan pada saat pelaksanaan transaksi pembayaran, yang mana apabila terdapat produk dengan harga ganjil maka akan dilakukan pembulatan harga. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha dan karyawan, kegiatan pembulatan harga ini dilakukan karena sulitnya mendapatkan uang pecahan. Di sisi lain, pembulatan harga yang diterapkan ini tetap memperhatikan nominal yang tidak merugikan konsumen dan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak agar tidak menimbulkan perselisihan. Beberapa konsumen sepat dan tidak keberatan dengan sistem pembulatan harga karena dirasa akan lebih memudahkan proses transaksi, namun beberapa konsumen merasa kurang nyaman karena terkadang pemilik usaha maupun karyawan tidak menyampaikan terlebih dahulu apabila terdapat pembulatan harga. Dengan demikian, perlu adanya penyampaian informasi terkait pembulatan harga ini kepada konsumen sebelum melaksanakan transaksi pembayaran agar tidak terjadi

kesalahpahaman antara pelaku usaha maupun konsumen. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa prinsip tidak melipatgandakan harga belum diterapkan secara maksimal pada usaha Fotokopi Arthur Jaya sehingga perlu adanya evaluasi.

Berdasarkan penjelasan diatas, diperoleh hasil bahwa Fotokopi Arthur Jaya telah mampu memenuhi etika penetapan harga dalam perdagangan Islam, yakni pada aspek keadilan. Sedangkan pada aspek kejujuran dan melipatgandakan harga masih belum diperhatikan secara maksimal, ditunjukkan dengan adanya praktik pembulatan harga sehingga masih perlu diadakan evaluasi maupun perbaikan agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan kualitas usaha yang telah didirikan.

Penetapan harga selalu menjadi tantangan bagi setiap perusahaan karena tidak sepenuhnya bergantung pada keputusan mutlak dari pengusaha atau pihak perusahaan. Penetapan harga berperan dalam menciptakan penerimaan dari penjualan produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penting, masih banyak perusahaan yang belum sepenuhnya mampu mengelola penetapan harga dengan baik. Harga memengaruhi tingkat penjualan, keuntungan, dan pangsa pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.² Faktor-faktor yang mempengaruhi harga, antara lain:

² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Andi Offset, Yogyakarta, 1997), 223.

a. Biaya

Pemilik usaha melakukan penetapan harga secara efektif dengan melihat harga jual produk di pasaran dan melakukan pertimbangan terhadap biaya operasional. Hal ini dibuktikan dengan adanya kegiatan perencanaan dan penyediaan *stock* barang dengan melihat kebutuhan pasar, sehingga berpengaruh terhadap besaran harga yang akan ditetapkan. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha, diperoleh hasil analisa bahwa biaya operasional menjadi faktor yang sangat penting untuk diperhatikan guna mengoptimalkan pengeluaran modal dan tenaga karyawan dalam rangka tercapainya aktiva atau harga pokok yang memberikan keuntungan bagi pemilik usaha, serta memberikan manfaat kepada konsumen melalui harga yang telah ditetapkan. Pemilik usaha memahami bahwa faktor biaya ini membentuk sebuah nilai yang akan diterima oleh penjual, besarnya biaya operasional tentu akan diperhitungkan terhadap besaran biaya yang dibutuhkan dengan mempertimbangkan tenaga karyawan maupun waktu kerja. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha Fotokopi Arthur Jaya telah melaksanakan pemenuhan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi harga, yakni mengenai biaya.

b. Permintaan

Permintaan pasar tidak menjadi faktor utama bagi pemilik usaha Fotokopi Arthur Jaya dalam melakukan penetapan harga. Apabila konsumen membutuhkan produk yang relatif sama, maka kemungkinan

harga yang ditetapkan akan mengalami kenaikan namun secara umum tetap menyesuaikan harga dengan pasaran. Menurut penjelasan dari pemilik usaha, jumlah permintaan yang banyak tidak menentukan terjadinya perubahan harga pada usaha fotokopi, namun penentuan kenaikan harga adalah berdasarkan pada ketetapan harga dari *supplier*. Dengan demikian harga barang yang ditawarkan cenderung stabil karena pemilik usaha hanya menaikkan harga barang apabila terdapat kenaikan harga dari pihak *supplier*. Apabila harga barang stabil, maka akan mampu menarik perhatian konsumen untuk membeli barang/jasa di fotokopi tersebut. Hal ini tentu akan berpengaruh terhadap besaran laba yang diperoleh oleh pemilik usaha. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha Fotokopi Arthur Jaya tidak melaksanakan pemenuhan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi harga, yakni mengenai permintaan, namun lebih memperhatikan pada perubahan harga dari pihak *supplier* sebagai faktor penentuan ketetapan harga.

c. Persaingan

Pemilik usaha melakukan penetapan harga dengan menganalisa persaingan yang ada di usaha fotokopi lainnya. Persaingan harga seperti potongan harga, penjualan khusus, dan layanan tambahan menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam menetapkan harga produk. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha, dapat diketahui bahwa Fotokopi Arthur Jaya memberikan penawaran harga yang relatif murah namun dengan kualitas produk yang terjamin. Apabila dibandingkan

dengan usaha fotokopi yang lain, pemilik usaha meyakini bahwa Fotokopi Arthur Jaya lebih unggul dalam penentuan harga yang terjangkau namun memiliki kualitas produk yang baik. Dengan demikian, penjualan cenderung stabil dan kepercayaan konsumen juga semakin meningkat. Penentuan harga berdasarkan persaingan ini dilakukan sebagai langkah efektif dalam penetapan harga agar memperoleh besaran harga yang dapat menarik minat konsumen. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha Fotokopi Arthur Jaya telah melaksanakan pemenuhan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi harga, yakni mengenai faktor persaingan.

d. Persepsi pelanggan

Pemilik usaha melakukan penetapan harga dengan memperhatikan persepsi pelanggan yang berkaitan erat dengan nilai dari produk yang ditawarkan. Selain itu peningkatan pelayanan juga menjadi aspek penting yang dilakukan guna menciptakan persepsi pelanggan yang baik sehingga berdampak positif bagi kelangsungan usaha. Hal ini dibuktikan dengan adanya penjelasan dari pelanggan mengenai tercapainya kepuasan yang telah diperoleh setelah melakukan pembelian di fotokopi tersebut. Pelanggan mengakui bahwa kinerja karyawan sangat memuaskan dan penetapan harga produk yang ditawarkan juga setara dengan manfaat barang yang diperoleh, sehingga disimpulkan bahwa Fotokopi Arthur Jaya mengutamakan profesionalitas kerja dalam melayani konsumen. Kesan yang diberikan oleh pemilik usaha maupun karyawan menjadi faktor

penting dalam upaya peningkatan kepercayaan konsumen. Selain itu, hal tersebut dapat dijadikan sebagai faktor dalam penetapan harga produk guna memaksimalkan kualitas usaha. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha Fotokopi Arthur Jaya telah melaksanakan pemenuhan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi harga, yakni mengenai persepsi pelanggan namun untuk pembulatan harga, dibulatkan sepihak tanpa konfirmasi ke pada konsumen.

e. Lokasi usaha

Menurut penjelasan dari pemilik usaha, dapat disimpulkan bahwa penentuan lokasi usaha dianggap tidak menjadi faktor utama dalam penetapan harga, hal ini dikarenakan faktor kualitas barang dan merk barang menjadi prasyarat yang lebih penting dalam mencapai suatu keuntungan sehingga pemilik usaha lebih memperhatikan kedua aspek tersebut dalam rangka menetapkan besaran harga. Apabila kualitas barang dan merknya bagus, maka harga yang akan ditawarkan semakin tinggi. Apabila kualitas barang dan merknya biasa, maka harga yang akan ditawarkan juga standar. Dengan demikian, penentuan lokasi tidak menjadi hal fundamental dalam penentuan harga produk. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha Fotokopi Arthur Jaya tidak melaksanakan pemenuhan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi harga, yakni mengenai lokasi usaha, namun lebih memperhatikan pada kualitas barang dan merk barang yang ditawarkan.

f. Tujuan perusahaan

Pemilik usaha melakukan penetapan harga dengan adanya tujuan perusahaan. Berdasarkan penjelasan dari pemilik usaha, dapat diketahui bahwa usaha fotokopi yang didirikan tersebut telah memiliki berbagai tujuan, yakni memperoleh keuntungan dari penjualan produk, memenuhi tanggung jawab guna memberikan honor kepada karyawan, meningkatkan produktivitas kerja karyawan, dan memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam memenuhi kebutuhan sesuai dengan produk yang telah ditawarkan. Untuk mencapai tujuan tersebut, pemilik usaha melibatkan peran karyawan agar turut aktif dalam memaksimalkan potensinya seperti kemampuan di bidang desain (untuk mendesain produk), pemasaran, dan sebagainya. Tujuan perusahaan menjadi faktor penting dalam strategi penetapan besaran harga yang ditawarkan kepada konsumen. Hal ini dapat tercapai dengan baik apabila didukung dengan adanya pelayanan yang berkualitas dari pemilik usaha maupun karyawan. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha Fotokopi Arthur Jaya telah melaksanakan pemenuhan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi harga, yakni mengenai tujuan perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas, diperoleh hasil bahwa Fotokopi Arthur Jaya telah mampu memenuhi faktor-faktor dalam penetapan harga, pada aspek; biaya, persaingan, persepsi pelanggan, dan tujuan perusahaan. Sedangkan pada aspek permintaan dan lokasi usaha masih belum diperhatikan secara maksimal sehingga perlu adanya evaluasi dan

perbaikan agar dapat meningkatkan kualitas usaha yang telah didirikan. Solusi agar tidak terjadi kesalahan penetapan harga diantaranya adalah dengan meningkatkan perhatian terhadap analisis biaya, membaca peluang pasar dan tawaran pesaing, memperhatikan jumlah permintaan dengan besaran harga, dan menerapkan metode-metode penetapan harga.

B. Analisis Sistem Pembulatan Harga Pada Usaha Fotokopi Arthur Jaya

Fotokopi Arthur Jaya melakukan praktik pembulatan harga dalam transaksi jual beli, sehingga melanggar nilai-nilai yang ada pada Etika Bisnis Islam. Hal ini dibuktikan dengan wawancara yang dilakukan bersama pemilik usaha maupun karyawan yang membenarkan adanya pembulatan harga pada pembayaran dengan nominal ganjil sehingga dianggap memudahkan dalam proses penghitungan. Namun berdasarkan wawancara dengan konsumen, praktik ini dinilai menjadi hal yang kurang nyaman bagi mereka karena terkadang hasil pembulatan harga tersebut tidak dikomunikasikan terlebih dahulu kepada konsumen.

Pembulatan harga merupakan tindakan yang tidak jujur sehingga dalam hal ini Fotokopi Arthur Jaya juga belum mampu memaksimalkan penerapan Etika Bisnis Islam pada indikator kejujuran. Pembulatan harga dapat dinilai sebagai bentuk penipuan karena pelanggan seharusnya membayar sesuai dengan nilai yang sebenarnya. Oleh karena itu, praktik pembulatan harga yang ada pada Fotokopi Arthur Jaya merugikan pembeli karena membayar tidak sesuai dengan nominal asli sebagaimana yang telah diputuskan di awal pembelian. Selain itu, pembulatan harga yang dilakukan secara tidak adil

merupakan bentuk pelanggaran terhadap amanah suatu bisnis, sebab pelaku usaha seyogyanya memberikan perlakuan yang jujur dan menerapkan integritas tinggi.

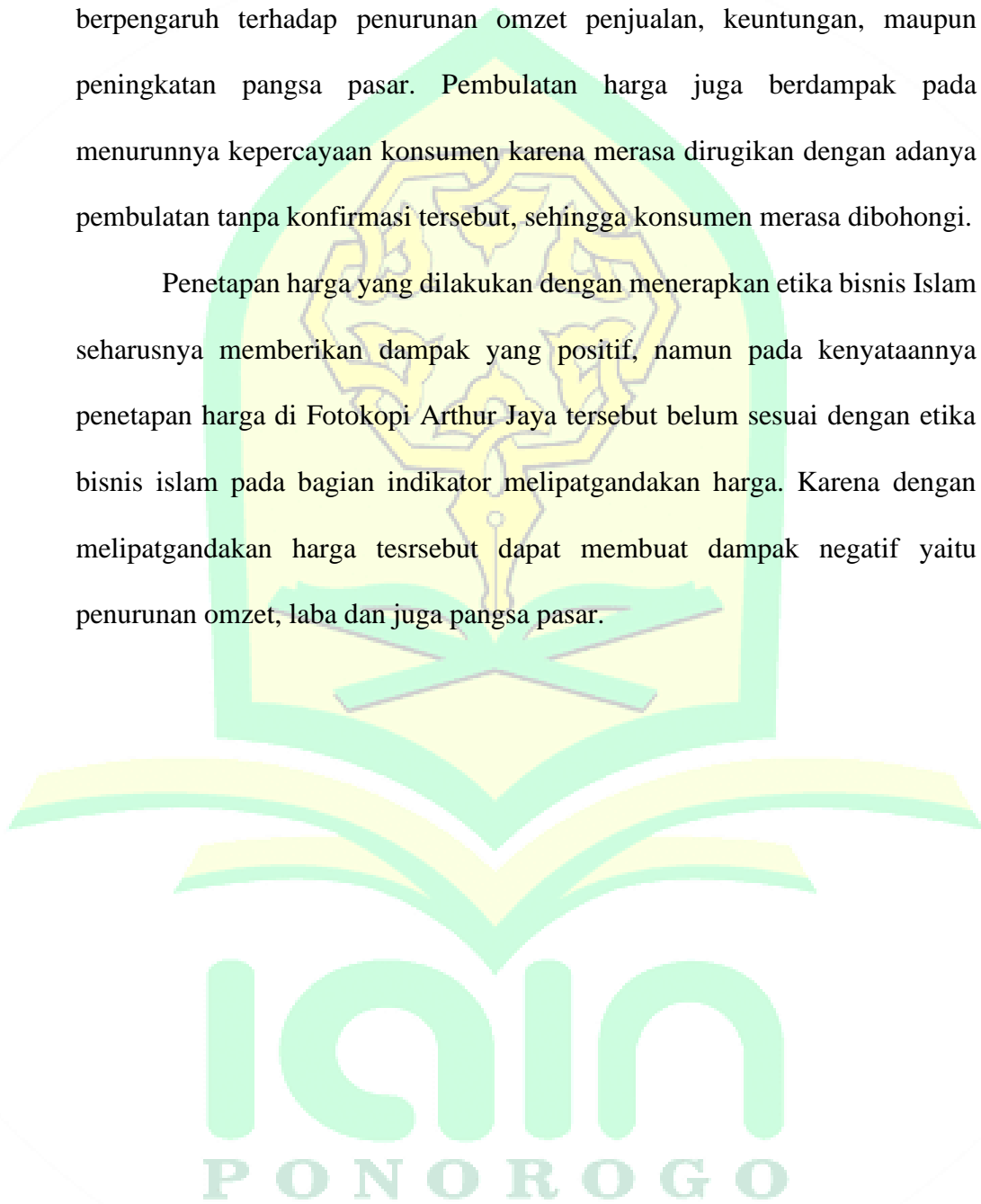
Prinsip Islam khususnya dalam ranah perekonomian telah memberikan kebijakan sedemikian rupa untuk mengatur berbagai hal yang berkaitan dengan kemaslahatan umat. Dalam kasus pembulatan harga yang terjadi di Fotokopi Arthur Jaya, menjadi sebuah sistem yang perlu dievaluasi dan diperbaiki oleh pemilik usaha maupun karyawan. Solusi yang dapat diterapkan diantaranya adalah dengan menetapkan kebijakan pembulatan harga secara adil dan jelas sehingga disepakati oleh kedua belah pihak sejak awal terjadinya transaksi, menyediakan transparansi kepada pelanggan guna mengoptimalkan proses penentuan harga, serta memberikan kembalian berupa permen atau sejenisnya sebagai pengganti pembulatan harga. Dengan penerapan Etika Bisnis Islam, maka usaha Fotokopi Arthur Jaya menjadi sebuah usaha yang sesuai dengan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan keamanan sesuai prinsip-prinsip Islam.

C. Analisis Dampak Penetapan Harga Pada Usaha Fotokopi Arthur Jaya

Penetapan harga pada Fotokopi Arthur Jaya memberikan berbagai dampak pada kemajuan usaha. Sebuah usaha dinilai memiliki kemajuan apabila terjadi peningkatan pada omzet penjualan, peningkatan keuntungan atau laba, dan peningkatan dari segi pangsa pasar. Penetapan harga yang baik tentunya dilaksanakan dengan memperhatikan aturan-aturan yang berlaku dan mempertimbangkan nilai manfaat suatu produk yang diberikan kepada konsumen sehingga tidak terjadi eksploitasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pembulatan harga pada usaha Fotokopi Arthur Jaya berpengaruh terhadap penurunan omzet penjualan, keuntungan, maupun peningkatan pangsa pasar. Pembulatan harga juga berdampak pada menurunnya kepercayaan konsumen karena merasa dirugikan dengan adanya pembulatan tanpa konfirmasi tersebut, sehingga konsumen merasa dibohongi.

Penetapan harga yang dilakukan dengan menerapkan etika bisnis Islam seharusnya memberikan dampak yang positif, namun pada kenyataannya penetapan harga di Fotokopi Arthur Jaya tersebut belum sesuai dengan etika bisnis islam pada bagian indikator melipatgandakan harga. Karena dengan melipatgandakan harga tersebut dapat membuat dampak negatif yaitu penurunan omzet, laba dan juga pangsa pasar.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan “Penetapan Harga Fotokopi Di Arthur Jaya Prespektif Etika Bisnis Islam” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Fotokopi Arthur Jaya telah mampu memenuhi beberapa indikator dalam penetapan harga dalam etika bisnis islam, yakni pada aspek keadilan. Sedangkan pada aspek kejujuran dan tidak melipatgandakan harga masih belum diperhatikan secara maksimal, ditunjukkan dengan adanya praktik pembulatan harga. Fotokopi Arthur Jaya telah mampu memenuhi faktor-faktor dalam penetapan harga, pada aspek; biaya, persaingan, persepsi pelanggan, dan tujuan perusahaan. Sedangkan pada aspek permintaan dan lokasi usaha masih belum diperhatikan secara maksimal sehingga perlu adanya evaluasi dan perbaikan agar dapat meningkatkan kualitas usaha yang telah didirikan. Solusi agar tidak terjadi kesalahan penetapan harga diantaranya adalah dengan meningkatkan perhatian terhadap analisis biaya, membaca peluang pasar dan tawaran pesaing, memperhatikan jumlah permintaan dengan besaran harga, dan menerapkan metode-metode penetapan harga.
2. Fotokopi Arthur Jaya melakukan praktik pembulatan harga dalam transaksi jual beli, sehingga melanggar nilai-nilai yang ada pada Etika Bisnis Islam. Pembulatan harga merupakan tindakan yang tidak jujur sehingga dalam hal

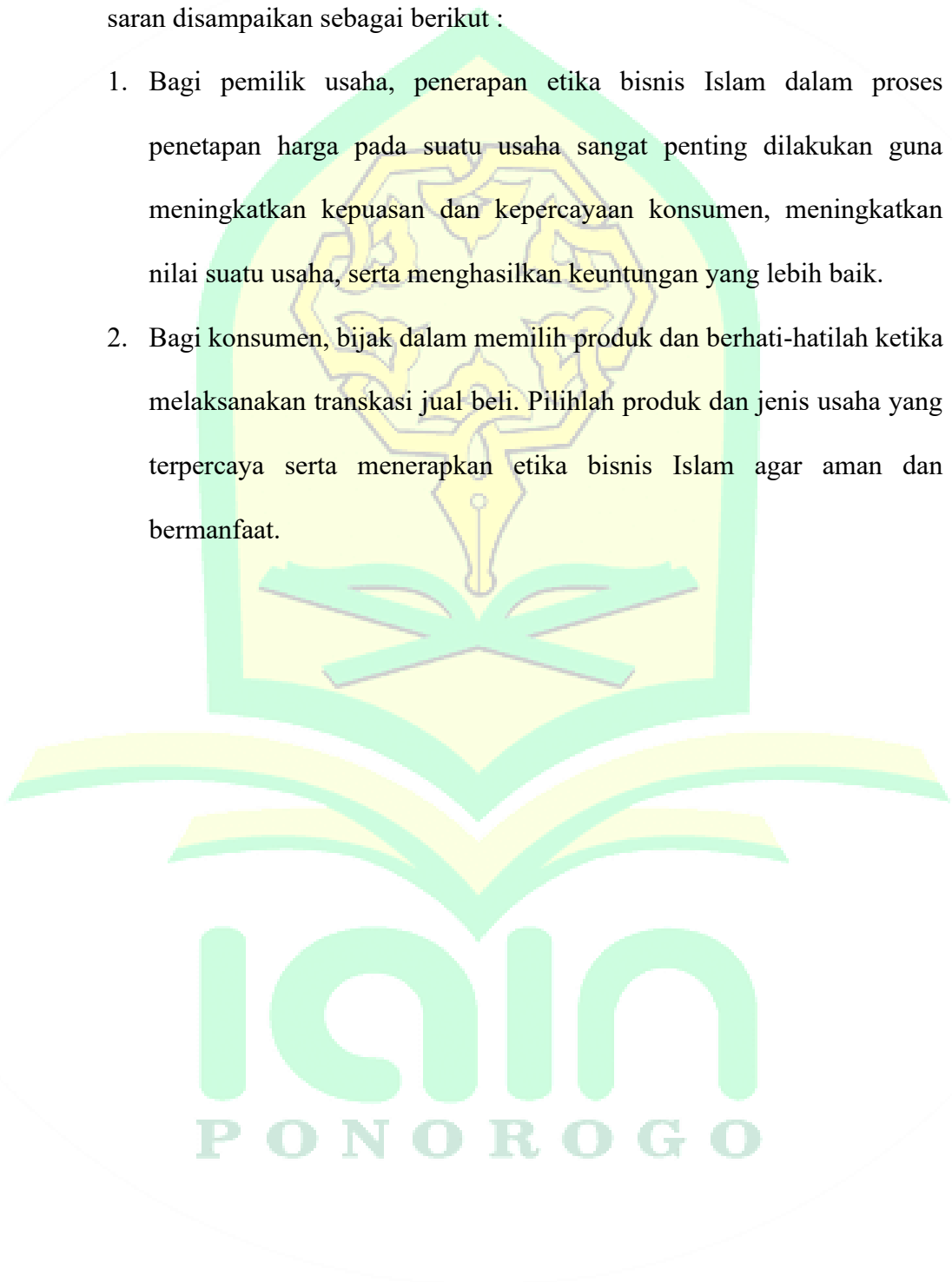
ini Fotokopi Arthur Jaya juga belum mampu memaksimalkan penerapan Etika Bisnis Islam pada indikator kejujuran. Dengan demikian perlu adanya evaluasi dan perbaikan oleh pemilik usaha maupun karyawan.

3. Dengan adanya pembulatan harga pada usaha Fotokopi Arthur Jaya berpengaruh terhadap penurunan omzet penjualan, keuntungan, maupun penurunan pangsa pasar. Pembulatan harga dapat membuat konsumen merasa dirugikan karena dengan adanya pembulatan tanpa konfirmasi tersebut konsumen merasa dibohongi. Penetapan harga yang dilakukan dengan menerapkan etika bisnis Islam seharusnya memberikan dampak yang positif, namun pada kenyataannya penetapan harga di Fotokopi Arthur Jaya tersebut belum sesuai dengan etika bisnis Islam pada bagian indikator melipatgandakan harga. Karena dengan melipatgandakan harga tersebut dapat membuat dampak negatif yaitu penurunan omzet, laba dan juga pangsa pasar.

B. Saran

Berdasarkan permasalahan yang peneliti bahas pada skripsi ini maka saran disampaikan sebagai berikut :

1. Bagi pemilik usaha, penerapan etika bisnis Islam dalam proses penetapan harga pada suatu usaha sangat penting dilakukan guna meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen, meningkatkan nilai suatu usaha, serta menghasilkan keuntungan yang lebih baik.
2. Bagi konsumen, bijak dalam memilih produk dan berhati-hatilah ketika melaksanakan transaksi jual beli. Pilihlah produk dan jenis usaha yang terpercaya serta menerapkan etika bisnis Islam agar aman dan bermanfaat.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU DAN JURNAL

- Abbas, Fadli Muhammad. "Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Toko Grand Hero Praya Lombok Tengah," *Skripsi* Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram, 2021.
- Adiwarman, Karim A. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: IIIT Indonesia, 2003.
- Agusti, Ehda Metta. "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Customer Retention" *Skripsi* Bengkulu :IAIN Bengkulu, 2019.
- Agustina, Shinta. *Manajemen Pemasaran* Malang: UB Press, 2011
- Agustini, Andika Dewi. "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menarik Wisatawan Lokal dan Asing", *Skripsi* ,Mataram: UIN Mataram, 2020.
- Amalia, Fitri. "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* (2004), 40.
- Anita. "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran PT. Toyota Hadji Kalla Kota Parepare," *Skripsi* Parepare: IAIN Parepare, 2020.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam* Jakarta: Prenamedia Group, 2006.
- Damanuri, Aji. *Metodologi Penelitian Muamalah* Ponorogo: STAIN PO PRESS, 2010.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahnya*, 415
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahnya*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2007.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis* Jakarta: Penebar Plus, 2012.

- Erfiana, Fika. "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Milik Desa Kecapi"
Skripsi UIN Jepara, 2021.
- Handayani, Kristina. "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional Roworwjo Kecamatan Negerikaton Kabupaten Pesawaran" *Skripsi* Boworejo: IAIN Metro, 2020.
- Harahap, Sofyan. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* Jakarta: Selemba Empat, 2010.
- Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020.
- Hasan, Ali. 2010. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Hasan, Ali. *Manajemen bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Hidayat, Taufik. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam prespektif Ekonomi Islam," *Skripsi* Lampung: UINRaden Intan Lampung, 2020.
- Ibrahim, *Methodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, 2015.
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Iskandar, Cut Putro. "Sistem Praktik Pembulatan Harga Pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) dalam Perspektif Fiqh Muamalah dan 'Urf," *Skripsi* Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2021.
- J.R, Raco. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Grasindo, 2010.
- Janwari, Djazuli. A. *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002
- Juliyani, Erly. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ummul Qura*, 01. 2016

- Jusmaliani, et al. *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008
- Khairani, Hanni. "*Etika Bisnis Islam Tentang Manajemen Laba*," Skripsi Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015.
- Khomaroh, Ava Fatrul. *Wawancara*, 09 Juli 2023.
- Kountur, Rony. *Metode Penelitian* Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Kusuma, Ahwal. Saudjana Nana, *Proposal Penelitian di Perguruan tinggi*, Bandung: Sinar Baru Argasindo, 2002.
- Lestari, Indah. "Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap minat beli konsumen di Pasar Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu," *Skripsi Riau*: Universitas Islam Riau, 2021.
- Makkasau, Aditya Indra. "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro di Kelurahan Rampoang Kota Palopo", *Skripsi Palopo*: IAIN Palopo, 2019.
- Manan, Abdul M. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1997.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam* Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004.
- Muhammad, *Paradigma, metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Mustaq, Ahmad. *Etika Bisnis dalam Islam* Jakarta Timur: Pustaka Al-kautsar, 2006.
- Mustaq, Ahmad. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2010.

- Nafis, Duratun. "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Kasus Usaha Rumah Makan Wong Solo Batoh, Kec. Lueng Bata Kota Banda Aceh)", *Skripsi Aceh: UIN Banda Aceh*, 2019.
- Narkubo, Cholid. Achmadi, Abu. *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Rahmawati, Yunaita, Nuraini, Nuriyah. "Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Klitik Kismantoro Kabupaten Wonogiri," Volume 2, Nomor 2, Niqosiya: *Jurnal Of Economic and Business research*, 2022.
- Rengga, Wijaya Agnes. "Prespektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kamis Desa Nanjungan Kecamatan Pino Raya Kbpupaten Bengkulu Selatan" *Skripsi Bengkulu: IAIN Bengkulu*, 2021.
- Saifullah, Kurniawan. *Studi Kelayakan Bisnis* Jakarta: Kencana, 2006.
- Situmorang, Syafizal Helmi. *Analisis Dta untuk Riset dan Bisnis* Medan: USU Press, 2010.
- Siyoto, Sandu. Sodik, M. Ali. *Dasar Metodologi Penelitian* Yogyakarta: Literasi Publishing, 2015.
- Solikah, Siti. "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur Di Desa Sukowidi, Panekaan, Magetan", *Skripsi Ponorogo: IAIN Ponorogo*, 2022.

- Suharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*, (Jakarta : Renika cipta, 2005)
- Suhendra, Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam* Jakarta: Prenadamedia Group, 2006.
- Supriadi, Akhmad. *Etika Ekonomi dan Bisnis dalam Al-Qur'an*, Yogyakarta: Kanwa Publisher, 2014
- Suriyani, Andy. "Peran Pengembangan Jiwa Entrepreneurship Berbasis Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Pendapatan dan Kesejahteraan Pelaku Bisnis Di Student Mall Universitas Muhammadiyah Makassar" *Skripsi* Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020.
- Susanti, Evi. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mabel Di CV Jati Karya Palembang," *Skripsi* Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017.
- Tambunan, Tulus. *Perkembangan, Kendala, dan Tantangan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Prenada, 2021.
- Tjipto, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta, 1997.
- Ulber, Silalahi. *Metode Penelitian Sosial* Bandung: PT Refika Aditama, 2009.
- Wahyudi Amin, "Tinjauan Prinsip – Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon Sukorejo Ponorogo," *El-Barka: Journal of Islamic Economics And Business*, Volume 2, Nomor 2, (2022)
- Wati, Kurnia Oci. "Penggandaan Buku Oleh Mahasiswa IAIN Bengkulu Pada Jasa Fotokopi Prespektif Etika Bisnis Islam" *Skripsi* Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2017.

WAWANCARA

Ismiati, *Wawancara* 08 Juli 2023.

Ismiati, *Wawancara*, 31 Januari 2024.

Ava Fatrul Kharomah, *Wawancara*, 31 Januari 2024.

Badarul Samsi, *Wawancara* 31 Januari 2024

Aida Fitria, *Wawancara*, 01 Februari 2024

Binti, *Wawancara*, 01 Februari 2024

Siti Maisyaroh, *Wawancara* 01 Februari 2024

Dilla Fitriani, *Wawancara*, 31 Januari 2024.

Atul, *Wawancara*, 01 Februari 2024.

