

**MEKANISME PENETAPAN HARGA
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
PADA USAHA HAMPERS VD_STUUF.ID**

SKRIPSI



Oleh:

Yeni Dwi Anggraini

NIM 401200312

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2024

ABSTRAK

Anggraini, Yeni Dwi. Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Usaha Hampers VD_Stuuf.id. Skripsi, 2024. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Muchtim Humaidi, M.IRKH.

Kata Kunci: Penetapan Harga, Dampak, Ekonomi Islam

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Dalam hal menentukan harga hendanya dilakukan secara adil, Maka dengan berbuat adil akan mencegah terjadinya tindak kezaliman. Tujuan utama dari harga yang adil adalah memelihara keadilan dalam mengadakan transaksi timbal balik dan hubungan-hubungan lain di antara anggota masyarakat. Pada konsep harga adil, pihak penjual dan pembeli sama-sama merasakan keadilan. Permasalahan yang terjadi yaitu adanya pengambilan keuntungan yang terlalu kecil pada usaha hampers VD_Stuuf.id setelah di jumlahkan semua pengeluaran yang telah dikeluarkan. Hal tersebut memang berdampak pada minat beli konsumen tetapi juga berdampak buruk bagi perkembangan usaha hampers VD_Stuuf.id.

Dengan menggunakan jenis penelitian lapangan, penelitian ini dilakukan di Usaha Hampes VD_Stuuf.id. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Dalam hal ini, sumber data diperoleh dari narasumber, melalui wawancara dengan pihak-pihak yang relevan. Setelah data dikumpulkan, peneliti menganalisisnya dengan analisis data kualitatif.

Hasil lapangan menunjukkan bahwa dalam mekanisme penetapan harga pada VD_Stuuf.id adanya ketidakadilan dari segi penjual, dimana penjual sendiri masih mengambil keuntungan sekecil mungkin agar harga jual bouquet tetap terjangkau dan banyak minat beli konsumen. Dampak dari penetapan harga tersebut memang secara perspektif ekonomi islam penetapan harga tersebut sah untuk dilakukan, tetapi untuk kemaslahatan penjual hal tersebut kurang sesuai karena dari segi penjual sudah terbukti tidak diuntungkan tapi dari segi pembeli, minat beli di VD_Stuuf.id semakin meningkat.

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 PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

| NO | NAMA | NIM | JURUSAN | JUDUL |
|----|-----------------------|-----------|--------------------|---|
| 1 | Yeni Dwi Anggraini | 401200312 | Ekonomi Syariah | Mekanisme Penetapan Harga Pada Usaha Hampers VD_Stuuf.id Dalam Perspektif Ekonomi Islam |

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

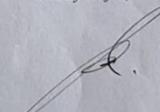
Ponorogo, 26 Maret 2024

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


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

Menyetujui,


Muchtim Humaidi, M.IRKH
NIP 198106272023121011



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 : Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam
Pada Usaha Hampers VD_Stuuf.id.

Nama : Yeni Dwi Anggraini

NIM : 401200312

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.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :

Ridho Rokhamah, M.Si.
NIP. 197412111999032002

(.....)

Penguji I :

Nurma Fitrianna, M.SM.
NIP.198908062019032018

(.....)

Penguji II :

Muchtim Humaidi, M.IRKH.
NIP. 198106272023211011

(.....)

Ponorogo, 15 Mei 2024
Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo

(.....)

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

NIP. 197207142000031005

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yeni Dwi Angraini

NIM : 401200312

Jurusan : Ekonomi Syariah

Mengatakan bahwa skripsi yang berjudul:

MEKANISME PENETAPAN HARGA PADA USAHA HAMPERS
VD_STUUF.ID DALAM PESPEKTIF EKONOMI ISLAM

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 27 Maret 2023

Pembuat pernyataan,



Yeni Dwi Angraini

NIM. 401200312

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertandatangan dibawah ini:

Nama : Yeni Dwi Anggraini
NIM : 401200312
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Usaha Hampers VD_Stuuf.id

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 31 Mei 2024
Penulis,



Yeni Dwi Anggraini

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| COVER | |
| ABSTRAK | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI..... | iv |
| SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI | v |
| PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 8 |
| C. Tujuan Penelitian | 8 |
| D. Manfaat penelitian..... | 8 |
| E. Studi Penelitian Terdahulu..... | 9 |
| F. Metode Penelitian..... | 23 |
| a. Pendekatan penelitian..... | 23 |
| b. Kehadiran Peneliti..... | 24 |
| c. Lokasi Penelitian..... | 25 |
| d. Data dan Sumber data | 25 |
| e. Teknik Pengumpulan Data..... | 26 |
| f. Teknik Pengolahan data | 28 |
| g. Analisis Data | 28 |
| h. Teknik Pengecekan Keabsahan Data | 30 |

| | |
|---------------------------------|----|
| G. Sistematika Pembahasan | 32 |
|---------------------------------|----|

BAB II MEKANISME PENETAPAN HARGA DAN DAMPAK

MEKANISME PENETAPAN HARGA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

| | |
|---|----|
| A. Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam | 35 |
| B. Dampak Mekanisme Penetapan Harga..... | 41 |

BAB III DATA MEKANISME PENETAPAN HARGA DAN DAMPAK

MEKANISME PENETAPAN HARGA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

| | |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Hampers VD_Stuuf.id | 45 |
| B. Mekanisme Penetapan Harga Pada Usaha Hampers VD_Stuuf.id | 46 |
| C. Dampak Penetapan Harga Terhadap Penjual dan Pembeli Dalam Perspektif Ekonomi Islam..... | 51 |

BAB IV ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA

DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA USAHA HAMPERS VD_STUUF.ID

| | |
|---|----|
| A. Analisis Mekanisme Penetapan Harga Pada Usaha Hampers VD_Stuuf.id Dalam Perspektif Ekonomi Islam | 54 |
| B. Analisis Dampak Mekanisme Penetapan Harga Terhadap Penjual Dan Pembeli Dalam Perspektif Ekonomi Islam | 60 |

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 63

B. Saran..... 64

DAFTAR PUSTAKA 65



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa dipisahkan dengan persoalan bisnis. Bisnis memiliki penerapan yang luas, begitu juga dengan aplikasinya pada masyarakat. Bisnis merupakan kegiatan penjualan barang yang dilakukan dengan tujuan keuntungan dengan target yang dituju. Dalam dunia bisnis, para pembisnis berusaha untuk mencari sebuah ide-ide baru untuk mengembangkan usahanya baik dari segi produk maupun layanan. Banyak orang berpendapat bahwa bisnis berkaitan dengan kegiatan ekonomi dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Tujuan suatu bisnis adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memberikan manfaat baik kepada pemilik usaha, pelanggan, dan masyarakat luas.¹ Dalam ekonomi Islam, bisnis salah satu kegiatan dari usaha manusia untuk hidup dan beribadah, demi kemaslahatan masyarakat. Islam juga memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya dalam menjalankan bisnis tersebut, yaitu Al-Qur'an dan sunnah Nabi. Sebagai sumber ajaran Islam, setidaknya dapat menawarkan prinsip-prinsip umum mengenai penerapan didalam bisnis yang sesuai dengan perkembangan zaman. Pada perniagaan ini diharuskan untuk bertransaksi secara adil, beretika, saling menguntungkan dan motivasi untuk ibadah.² Allah SWT. Berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

¹ Benny Dhevyanto. Pengantar Bisnis Ilmu Manajemen. N.p.: Penerbit Adab, 2023, 3-4.

² Havis Aravik, dkk. Pengantar Bisnis Islam. Kencana, (2023).

Artinya: “hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian saling memakan harta sesama kalian dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku suka sama suka diantara kalian.” (Q.S An-Nisa’: 29)

Menurut Rochmawan, kebutuhan manusia banyak dan beragam, bahkan terus bertambah seiring dengan perkembangan peradaban dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Satu kebutuhan telah terpuaskan, dan akan muncul lagi kebutuhan yang lainnya.³ Dalam kebutuhan tersebut dipengaruhi oleh beberapa hal salah satunya yaitu transaksi jual beli. Kegiatan transaksi ini terjadi di pasar dimana penjual dan pembeli untuk menawarkan barang dagangannya. Dalam aktivitas jual beli terdapat unsur tolong-menolong, dimana penjual mencari rezeki dan mencari keuntungan dari hasil penjualan barangnya, sedangkan pembeli terpenuhi kebutuhan pokoknya. Tiap orang membutuhkan jual beli untuk memenuhi kebutuhan, serta keinginannya sehingga Allah menghalalkan akad jual beli itu. Al-Qur'an sendiri telah mengisyaratkan agar umat manusia hidup atas dasar tolong-menolong.⁴ Dalam transaksi jual beli, harga ditentukan dalam proses jual beli, karena harga merupakan alat ukur dalam bertransaksi. Dalam sebuah penetapan harga harus mempertimbangkan perspektif penjual dan pembeli. Penetapan harga seringkali menjadi sumber perbandingan antara penjual dan pembeli. Penjual ingin menjual produk sebanyak-banyaknya, sedangkan pembeli ingin mendapatkan produk yang diinginkan dengan mengeluarkan uang sesedikit mungkin atau bahkan gratis. Di

³ M E I Reni Ria Armayani Hasibuan, S.E.I.M.E. Nurul Jannah, and M E I Angga Syahputra. *EMIS (Ekonomi Mikro Islam.)* (Merdeka Kreasi Group, 2022), 19.

⁴ Indri. *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Kencana, 2010, 177.

antara dua sudut pandang ekstrem ini, penjual dan pembeli harus menemukan cara untuk bertemu.⁵

Menurut Ibn Taimiyah: "Besarnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan/atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah.⁶ Dua istilah yang sering ada dalam pembahasan Ibnu Taimiyah tentang masalah harga, yaitu: 1) Kompensasi yang setara (*iwad al-mitsl*) diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara dan itulah esensi dari keadilan (*nafs al-'adl*); 2) harga yang setara (*tsaman al-mitsl*).⁷ Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah berhubungan dengan prinsip *la dharar* yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain. Maka dengan berbuat adil akan mencegah terjadinya tindak kezaliman. Tujuan utama dari prinsip harga yang adil adalah menjaga keadilan dalam transaksi dan hubungan-hubungan lain antara individu dalam masyarakat. Dalam konsep harga yang adil, baik penjual maupun pembeli dianggap merasakan keadilan dalam transaksi tersebut.⁸ Di manapun, ia membedakan antara dua jenis harga: Harga yang tak adil dan terlarang serta harga yang adil dan disukai. Dia mempertimbangkan harga yang setara itu sebagai harga yang adil. Proses pembentukan harga tidak hanya dilakukan oleh salah satu pihak, melainkan harus melalui berbagai proses yang melibatkan berbagai pihak, sehingga harga pasaran muncul berdasarkan kehendak pasar

⁵ R Hapsari, K Ratnawati, and R Anggraeni. *Entrepreneurial Marketing*. (Universitas Brawijaya Press, 2020), 62.

⁶ Isnaini Harahap. *Hadis-hadis Ekonomi*. Prenada Media, 2017, 116.

⁷ Andi Triyawan. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. CV. Media Sains Indonesia. 2021, 208.

⁸ Nur Chamid. *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Pustaka Pelajar. 2012, 233-234.

dan saling menguntungkan. Oleh karena itu Ibnu Taimiyah berpendapat bahwa harga yang adil adalah harga yang ditetapkan oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas antara permintaan dan penawaran. Hal ini berarti bahwa harga yang adil adalah suatu harga yang sesuai dengan mekanisme pasar yang sedang berlaku.⁹

Konsep harga yang adil telah diterapkan sejak awal kehadiran Islam dan menjadi bagian penting dalam ajaran Al-Qur'an yang menekankan prinsip keadilan dalam segala aspek kehidupan manusia. Dalam perspektif ekonomi Islam, *equilibrium price* (harga yang adil) adalah harga yang tidak menimbulkan dampak negatif atau bahaya bagi pelaku pasar, baik penjual maupun pembeli. Harga yang adil harus memungkinkan penjual atau produsen untuk mendapatkan kembali biaya-biaya yang telah dikeluarkan, namun tidak boleh terlalu tinggi sehingga mempengaruhi daya beli pembeli dan konsumen. Harga yang adil adalah harga yang dapat menutupi semua biaya operasional produsen dengan margin laba tertentu, serta tidak merugikan para pembeli. Dalam hal ini Ibnu Taimiyah berpendapat, "Apabila harga yang terbentuk tidak merefleksikan kerelaan masing-masing pihak dan tidak terdapat persentase keuntungan tertentu, hal tersebut akan menyebabkan rusaknya sebuah harga dan dapat merugikan kekayaan manusia." Dalam penetapan harga tidak diperbolehkan adanya kerugian bagi pembeli maupun penjual, di mana tingginya harga yang ditetapkan akan merugikan pembeli ataupun konsumen.¹⁰

⁹ A Asrin dan R Amelia, "Tinjauan Hukum Muamalah (Jual Beli) Terhadap Perbedaan Harga Jual Ikan Di Pasar Desa Melayu Kecamatan Lambu," *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2019,

¹⁰ Adi Mursalin. *Manajemen Pemasaran Islam*. Jejak Pustaka. 2023, 108-109.

Hampers merupakan kumpulan barang atau makanan yang dikemas rapi dalam sebuah keranjang atau wadah tertentu. Sekarang ini hampers mengalami banyak inovasi pada wadah maupun isiannya, hal tersebut dilakukan untuk menarik minat beli masyarakat. Biasanya hampers dilakukan untuk menjalin silaturahmi dengan keluarga yang dituju. Hampers VD_Stuuf.id merupakan sebuah usaha hampers yang dirintis guna memenuhi kebutuhan manusia pada saat akan memberikan bingkisan kepada orang terdekat. Pada Usaha VD_Stuuf.id ini tidak hanya menjual hampers dalam sebuah kotak saja tetapi juga menjual berbagai macam bouquet. Hampers VD_Stuuf.id beralamatkan di Ds. Karangrejo, Dsn. Karangsemi RT: 26/ RW: 03, Kecamatan Wungu, Kabupaten Madiun (Lungur Tengah). Hampers VD_Stuuf.id ini dipasarkan dalam *offline store* maupun *online store*. Dengan sistem request, COD, dan juga banyak nya promo yang diberikan, tidak heran jika usaha hampers tersebut banyak peminat nya apalagi dengan adanya ber macam-macam varian hampers yang dijual.¹¹

Dalam hampers VD_Stuuf.id ini sangat banyak sekali variannya. Seperti hampers yang didalam kotak, bouquet bungan palsu maupun bunga asli, bouquet jajan, bouquet bumbu masakan, dan masih banyak lagi, bahkan pemilik usaha juga menerima pesanan dalam bentuk request.¹² Dengan banyak nya pesaing yang ada disana hampers VD_Stuff.id yang terbilang masih usaha rumahan tetapi perkembangannya sangat pesat. Dalam hal minat beli dengan harga yang standart, minat belinya sangat lah banyak padahal di dekat sana juga

¹¹ Yeni, Observasi. 15 Maret 2024

¹² Ibid.

banyak yang menjual hampers. Usaha hampers VD_Stuuf.id mekanisme penetapan harga yang dilakukan belum menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dimana dalam melakukan jual beli VD_Stuuf.id menetapkan harga dengan tidak adanya kejelasan harga antara kedua belah pihak yang berimbasi pada keuntungan yang diperoleh pemilik usaha. Pemilik usaha hampers VD_Stuuf.id masih sering mengambil keuntungan sedikit, tidak disesuaikan dengan bahan yang digunakan dan juga waktu serta tenaga yang telah dikorbankan untuk memproses pembuatan hampers. Bahkan masih banyak konsumen yang menawar harga yang telah ditetapkan penjual, padahal harga tersebut telah disesuaikan dengan semua yang digunakan untuk proses pembuatan hampers. Misalnya, pada bouquet jajan seharga Rp. 25.000, pemilik usaha disini terhitung hanya mengambil untung Rp. 1000. Dihitung dari bahan baku yang digunakan mengeluarkan biaya hingga Rp. 15.000 dan jajan yang digunakan untuk membuat bouquet keseluruhan mengeluarkan biaya Rp. 9000. Padahal waktu yang dibutuhkan dalam membuat hampers tersebut 15-25 menit. Hal tersebut justru tidak membuat usaha yang dimiliki akan berkembang walaupun peminatnya banyak melainkan usaha tersebut tidak akan mengalami perkembangan bahkan kemajuan. Karena nantinya hasil keuntungan tersebut akan diputar kembali untuk membeli bahan baku, sehingga kemungkinan pemilik usaha hanya menikmati sedikit dari keuntungan tersebut.¹³ Pada

¹³ Yeni, Observasi. 15 Maret 2024

dasarnya setiap harga mengarah ke tingkat permintaan yang berbeda dan karena itu akan memiliki berbagai dampak pada tujuan pemasaran perusahaan.¹⁴

Penetapan harga yang telah dilakukan terlihat merugikan salah satu pihak, dimana penjual hanya mendapat keuntungan yang sedikit dan pembeli mendapatkan harga yang di inginkan. Bahkan masih adanya tawar menawar harga yang telah ditetapkan penjual. Penetapan harga tersebut mengandung unsur ketidaksesuaian dengan prinsip ekonomi syariah yang menetapkan konsep jual beli hendaknya dilakukan secara adil, jujur, dan tidak merugikan salah satu pihak. Hal tersebut seakan sudah menjadi suatu hal yang sering didengar, namun ada baiknya seorang pelaku bisnis muslim melakukan jual beli secara adil. Karena prinsipnya pada transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab itu merupakan cerminan dari syariah Islam. Dan secara umum harga yang adil tidak menimbulkan kerugian salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain.

Anja Putranda melakukan penelitian dengan judul Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Gerai 212 Cabang Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam. Memfokuskan masalahnya pada penggunaan beberapa tahapan dalam proses penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan, proses penetapan harga dimulai dari pembelian produk, persediaan, cek total biaya produksi, sampai penetapan harga jual produk. Penelitian kedua dilakukan oleh Feni Slamet Riyanti dengan judul Strategi Penetapan Harga Pada Pedagang Sembako Dalam Perspektif Ekonomi

¹⁴ Bima Firdaus Tambun, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Barang Mewah (Studi Keputusan Pembelian Vespa Klasik Di Kota Mallang)," *Jurnal Ilmiah*, 2021, 1–26,

Islam (Studi Kasus Pada Pasar Jatilawang, Kabupaten Banyumas). Memfokusnya masalah pada penetapan harga berdasarkan dengan membandingkan harga yang ditawarkan pesaing (competitive oriented pricing),¹⁵ berpatokan dengan modal yang digunakan untuk membeli barang dagangan dikurangi dengan biaya-biaya yang dibutuhkan (cost oriented pricing), mengikuti harga yang berlaku di pasaran. Maka dari permasalahan yang dipaparkan diatas penulis tertarik untuk meneliti tentang judul **“MEKANISME PENETAPAN HARGA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA USAHA HEMPERS VD_STUUF.ID”**. Dalam hal ini akan dibahas tentang cara yang digunakan penjual dalam menentukan harga setiap item barang yang dijual dan akan dikaitkan dengan perspektif ekonomi Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah penelitian diatas, adapun rumusan masalah nya:

1. Bagaimana mekanisme penetapan harga yang dilakukan oleh usaha Hampers VD_Stuuf.id dalam perspektif ekonomi Islam?
2. Bagaimana dampak mekanisme penetapan harga terhadap penjual dan pembeli dalam perspektif ekonomi Islam?

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

¹⁵ Feni Slamet Riyanty, “Strategi Penetapan Harga Pada Pedagang Sembako Dalam Perspektif Ekonomi Islam” Skripsi diajukan oleh: Feni Slamet Riyanty mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022.

1. Untuk menganalisis mekanisme penetapan harga yang dilakukan oleh usaha Hampers VD_Stuuf.id dalam perspektif ekonomi Islam.
2. Untuk menganalisis dampak mekanisme penetapan harga terhadap penjual dan pembeli dalam perspektif ekonomi Islam.

D. Manfaat

Penelitian ini memiliki manfaat yang dibagi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi stakeholder terkait dan menyediakan wawasan serta informasi mengenai mekanisme penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi sumber referensi yang berguna untuk penelitian masa depan dalam bidang yang sama.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademis

Sebagai bahan kajian ilmiah dan mengaplikasikan secara empiris agar bermanfaat dalam menetapkan mekanisme harga berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

b. Bagi pemilik usaha Hampers

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan dan bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya khususnya dalam menetapkan harga yang sesuai dengan prinsip

ekonomi Islam. Serta memberikan wawasan tentang mekanisme penetapan harga untuk pelaku usaha.

c. Bagi Pembaca (Peneliti Selanjutnya)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi yang berharga dan menjadi panduan bagi peneliti berikutnya untuk menentukan arah penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang serupa.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Pertama, Penelitian ini dilakukan oleh Yolanda dengan judul “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Penjualan Batu Bata Di Desa Sinar Pagi Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur”. Memiliki hasil cara menetapkan harga penjualan batu bata di Desa Sinar Pagi, Kecamatan Kaur Selatan, Kabupaten Kaur sepenuhnya mempertimbangkan kondisi dan situasi yang dihadapi oleh para pembuat batu bata. Jika para pembuat batu bata menghadapi tekanan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, mereka mungkin akan menjual batu bata mereka dengan harga lebih rendah agar dapat segera terjual. Di sisi lain, penetapan harga penjualan batu bata di desa tersebut juga bergantung pada tingkat permintaan. Ketika permintaan terhadap batu bata meningkat, para pembuat batu bata dapat menjual dan menawarkan produk mereka dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar.¹⁶ Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas

¹⁶ Yolandari, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Penjualan Batu Bata Di Desa Sinar Pagi Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur Skripsi Diajukan Oleh: Yolandari Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2019.*

tentang penetapan harga dalam ekonomi Islam. Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada objek yang diteliti serta permasalahan yang diambil.

Kedua, Penelitian ini dilakukan oleh Salwah, dengan judul “Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Memiliki hasil mekanisme penentuan harga di Desa Padanglampe saat ini belum mencapai standar yang dianggap baik karena sebagian besar pedagang jeruk tidak mematuhi prinsip syariat Islam dalam menetapkan harga. Mereka secara sepihak menetapkan harga jeruk tanpa melibatkan kesepakatan bersama. Contohnya, pedagang jeruk pamelu di Desa Padanglampe juga menggunakan pendekatan serupa dalam penetapan harga jeruk mereka. Padahal, tujuan utama dari transaksi jual-beli seharusnya adalah mencari ridha dan berkah dari Allah SWT, bukan semata-mata untuk mencari kekayaan atau keuntungan semata. Jika mekanisme penetapan harga dilakukan dengan kesepakatan dari kedua belah pihak, maka dapat diharapkan bahwa semua transaksi jual-beli yang dilakukan akan mendapatkan berkah dan keberkahan.¹⁷ Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang penetapan harga dalam Islam. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya membahas penetapan harga pada pedagang jeruk pamelu di Desa Padanglampe, sedangkan pada penelitian ini membahas penetapan harga pada usaha hampers VD_Stuuf.id.

¹⁷ Salwah, “Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Jeruk Di Padanglampe Kabupaten Pangkep),” 2019, xviii.

Ketiga, Penelitian ini dilakukan oleh Szasza Jalawida dengan judul “Penetapan Harga Terhadap Jual Beli Makanan Dengan Sistem Prasmanan Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Rumah Makan Ma’Cik Ana Gunung Sugih Lampung Tengah”. Memiliki hasil Pelaksanaan jual beli di Rumah Makan Ma’Cik ana dilakukan dengan cara pembeli datang langsung ke Rumah Makan Ma’ Cik Ana. Pembeli bebas mengambil langsung menu yang diinginkan. Dalam pertemuan antara penjual dan pembeli, terjadi jual beli makanan yang dimana harga yang sudah ditetapkan tidak sesuai atau jauh lebih mahal pada saat pembayaran dikasir. Harga makanan tersebut hanya diketahui dan ditentukan oleh satu pihak saja, yaitu penjual. Dalam pandangan hukum Islam cara penentuan harga yang berbeda yang dilakukan oleh rumah makan Ma’ Cik Ana tidak sesuai dengan hukum Islam karena adanya unsur taghrir (tipuan) dan ghubn (penyamaran), khususnya berkenaan dengan transparansi harga dimana pemilik rumah makan tidak memberikan informasi mengenai perbedaan harga tersebut kepada para pelanggannya.¹⁸ Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang penetapan harga dalam Islam. Sedangkan perbedaannya pada penelitian sebelumnya penetapan harga yang ditinjau dari hukum Islam, sedangkan penelitian ini membahas penetapan harga ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Dan berbeda pada permasalahan yang diambil serta objek penelitiannya.

¹⁸ Szasza Jalawida, *Penetapan Harga Terhadap Jual Beli Makanan Dengan Sistem Prasmanan Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Di Rumah Makan Ma’ Cik Ana Gunung Sugih Lampung Tengah)* Skripsi Diajukan Oleh: Szasza Jalawida Mahasiswa Fakultas Syariah Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2019.

Keempat, Penelitian ini dilakukan oleh Nazratul Ula dengan judul “Mekanisme Penetapan Harga Dalam Transaksi Jual Beli Handpone di Peunayong Di Tinjau Menurut Hukum Islam”. Memiliki hasil mekanisme penetapan harga di Toko Handphone Qita-Qita Cell dan Toko Handphone Chi Chuba Cell berbeda. Toko Handphone Qita-Qita Cell menetapkan harga jual secara independen setelah membeli barang dari distributor resmi di luar daerah, dengan mempertimbangkan berbagai biaya operasional seperti gaji karyawan, biaya sewa toko, biaya listrik, dan biaya lainnya yang diperlukan oleh toko tersebut. Di sisi lain, Toko Handphone Chi Chuba Cell menetapkan harga jual berdasarkan harga yang ditetapkan oleh distributor tanpa mempertimbangkan biaya operasional yang dikeluarkan oleh toko itu sendiri. Dengan jelas terlihat bahwa mekanisme penetapan harga handphone di kedua toko tersebut sangat berbeda. Praktik ini dianggap sah dalam Islam karena tidak ada ketentuan khusus dalam agama yang mengatur cara penetapan harga, sehingga praktik ini dianggap sesuai dengan hukum Islam.¹⁹ Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang penetapan harga dalam Islam. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya penetapan harga yang ditinjau dari hukum Islam, sedangkan penelitian ini membahas tentang penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam dan adanya pada objek yang diteliti.

¹⁹ Nazratul Ula, *Jual Beli Handphone Di Peunayong Ditinjau Menurut Hukum Islam Skripsi Diajukan Oleh : Nazratul Ula Mahasiswa Fakultas Syari ' Ah Dan Hukum Program Studi Hukum Ekonomi Syari ' Ah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2, 2020.*

Kelima, Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Hardiansyah dengan judul “Mekanisme Penetapan Harga Pakaian Bekas Di Pasar Senggol Kota Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)”. Memiliki hasil Cara penetapan harga jual pakaian bekas di pasar senggol kota parepare yaitu, menentukan tujuan penetapan harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, memilih metode penetapan harga dan memilih harga akhir. Sistem jual beli barang yang terjadi di pasar senggol kota pare yakni penjualan secara serah terima langsung atau penjualan yang bersifat face to face. Cara penetapan harga jual pakaian bekas jika dianalisis dari hukum ekonomi islam maka sesuai dengan prinsip-prinsip kebebasan.²⁰ Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas penetapan harga. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya membahas penetapan harga dalam Islam secara umum, sedangkan pada penelitian ini membahas penetapan harga menurut pemikiran Ibnu Taimiyah.

Keenam, Penelitian dilakukan oleh Haniatul Mukaromah, Fitra Rizal dengan judul “Relevansi Pemikiran Ekonomi Islam Abu Yusuf Dengan Mekanisme Pasar Modern”. Memiliki hasil Relevan dengan pemikiran ekonomi Islam Abu Yusuf tentang mekanisme pasar. Abu Yusuf menentang intervensi pemerintah dalam menentukan harga. Pemerintah bertugas sebagai regulator/wasit dalam mekanisme pasar. Artinya pemerintah bertugas memastikan bahwa harga yang berlaku di pasar adalah harga yang berkeadilan,

²⁰ Muhammad Hardiansyah, “Mekanisme Penetapan Harga Pakaian Bekas Di Pasar Senggol Kota Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)” Skripsi diajukan oleh: Muhammad Hardiansyah mahasiswa fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2020.

yang diperoleh dari mekanisme pasar yang alami (berdasarkan tingkat permintaan dan penawaran) bukan monopoli atau rekayasa pasar. Beliau juga berpendapat bahwa harga komoditas ekonomi tidak selalu bergantung pada banyak atau sedikitnya produksi. Menurut beliau, selain pengaruh dari jumlah penawaran, harga juga dipengaruhi oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Dan ada faktor-faktor lain selain permintaan dan penawaran yang tidak dapat dilihat yang menentukan tinggi-rendahnya suatu harga.²¹

Ketujuh, Penelitian ini dilakukan oleh Nila Wulandari dengan judul “Relevansi Pemikiran Ibnu Khaldun tentang Mekanisme Penetapan Harga Oleh Pedagang Di Pasar Rakyat Tanete Kabupaten Bulukumba”. Memiliki hasil menurut Ibnu Khaldun, harga dipengaruhi oleh keseimbangan antara penawaran dan permintaan. Jika permintaan meningkat, maka harga akan naik, dan sebaliknya, jika permintaan menurun, maka harga akan turun. Di Pasar Rakyat Tanete, penetapan harga dilakukan oleh pedagang berdasarkan modal yang dikeluarkan dan harga pasarannya, tanpa campur tangan pemerintah atau sistem pasar. Kondisi ini mencerminkan pemikiran Ibnu Khaldun mengenai faktor-faktor yang memengaruhi harga. Meskipun demikian, prinsip utama yang ditekankan oleh Ibnu Khaldun dalam penetapan harga adalah kejujuran dan ketepatan, seperti tidak melakukan penipuan atau manipulasi timbangan.²² Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang

²¹ Haniatul Mukaromah and Fitra Rizal, “Relevansi Pemikiran Ekonomi Islam Abu Yusuf Dengan Mekanisme Pasar Modern,” *Journal of Islamic Economics and Philanthropy* 4, no. 01 (2021): 1063–79.

²² Nila Wulandari, “*Relevansi Pemikiran Ibnu Khaldun Tentang Mekanisme*,” *Skripsi diajukan oleh: Nila Wulandari mahasiswa fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam UIN Alauddin makassar, 2021*.

mekanisme penetapan harga. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya menggunakan pemikiran Ibnu Khaldun dalam mekanisme harganya, sedangkan penelitian ini menggunakan pemikiran Ibnu Taimiyah untuk mekanisme harganya.

Kedelapan, Penelitian ini dilakukan oleh Anja Putranda dengan judul “Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Gerai 212 Cabang Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam”. Memiliki hasil Gerai 212 Mart menggunakan beberapa tahapan dalam proses penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan, proses penetapan harga dimulai dari pembelian produk, persediaan, cek total biaya produksi, sampai penetapan harga jual produk. Setelah melakukan tahapan tersebut Gerai 212 Mart menggunakan metode perhitungan harga yang berpedoman pada metode berbasis biaya. Gerai 212 Mart menggunakan metode berbasis biaya penuh plus tambahan tertentu (*Full cost plus mark-up*). Penetapan harga terhadap volume penjualan dilihat dari konsep harga menurut Ekonomi Islam, penetapan harga pada Gerai 212 Mart, pada permintaan menunjukkan bahwa selera konsumen mempengaruhi suatu tingkat permintaan dan pada penawaran jika produk yang dihasilkan mengandung masalah pada konsumen maka akan berpengaruh terhadap tingkat produksi dan otomatis akan mempengaruhi tingkat keuntungan Gerai 212 Mart. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang penetapan harga dalam Islam. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya melakukan penelitian

penetapan harga pada gerai 212, sedangkan pada penelitian ini membahas penetapan harga pada usaha hampers VD_Stuuf.id.

Kesembilan, Penelitian ini dilakukan oleh Agustra dengan judul “Penetapan Harga Jual Pada Bofet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat”. Memiliki hasil dalam menentukan harga jual Bofet Martabak Kubang Wadesta lebih efektif menggunakan metode *mark up pricing* karena dapat mengidentifikasi harga pokok produksi per produk. Dengan menambahkan mark up yang telah ditetapkan oleh perusahaan, hal ini memudahkan dalam menetapkan harga jual suatu produk. Sehingga harga jual yang ditetapkan perusahaan sedikit lebih tinggi dari harga jual yang dihitung berdasarkan metode mark up pricing. Ditambah dengan kondisi saat ini dimana setiap harga pokok dan bahan baku tidak stabil dipasaran.²³ Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang penetapan harga. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya membahas penetapan harga secara umum tanpa tinjauan Islam, sedangkan penelitian ini membahas penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam.

Kesepuluh, Penelitian ini dilakukan oleh Feni Slamet Riyanti dengan judul “ Strategi Penetapan Harga Pada Pedagang Sembako Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pasar Jatilawang, Kabupaten Banyumas)”. Memiliki hasil Strategi penetapan harga sembako di pasar Jatilawang Kabupaten Banyumas adalah Penetapan harga berdasarkan dengan

²³ Agustra, “Penetapan Harga Jual Pada Boefet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat” Skripsi Oleh: Agusta Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, 2022.

membandingkan harga yang ditawarkan pesaing (*competitive oriented pricing*), berpatokan dengan modal yang digunakan untuk membeli barang dagangan dikurangi dengan biaya-biaya yang dibutuhkan (*cost oriented pricing*), mengikuti harga yang berlaku di pasaran, memberikan 2 harga yang berbeda (grosir dan ecer), membandingkan harga dari produsen satu dengan yang lainnya, mencari pemasok dengan harga termurah, serta memberikan diskon atau potongan harga. Berdasarkan Ekonomi Islam penetapan harga pada pedagang sembako ini juga ditetapkan oleh mekanisme harga dengan memiliki standar harga yang berlaku pasaran, penetapan harga di pasar Jatilawang Kabupaten Banyumas telah sesuai dengan teori ekonomi Islam.²⁴ Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang penetapan harga dalam Islam. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya membahas penetapan harga pada pasar jatilawang Kabupaten Banyumas, sedangkan pada penelitian ini membahas penetapan harga pada usaha hampers

VD_Stuuf.id.

Kesebelas, Penelitian ini dilakukan oleh Teguh Setiawan Wibowo, Muhammad Asir, Muh. Abduh. Anwar, Herdiyanti, Elyzabeth Wijaya dengan judul “Efektifitas Strategi Penetapan Harga Produk Barang Pada Daya Beli Konsumen: Studi Literature”. Memiliki hasil Berdasarkan hasil penelitian ini, Dapat dibuktikan bahwa pandangan para ahli tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian yang berkaitan dengan daya beli atau minat beli

²⁴ Feni Slamet Riyanty, “Strategi Penetapan Harga Pada Pedagang Sembako Dalam Perspektif Ekonomi Islam” Skripsi diajukan oleh: Feni Slamet Riyanty mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022.

konsumen adalah akurat. Saat membeli suatu produk, konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memperhatikan ketersediaan harga yang sesuai. Harga merupakan faktor penting dalam proses pemilihan produk yang pada akhirnya mempengaruhi minat untuk membelinya. Harga sering dianggap sebagai representasi kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk oleh konsumen. Jika biaya yang dikeluarkan untuk membeli suatu produk melebihi manfaat yang diperoleh, produk tersebut dinilai memiliki nilai yang negatif. Sebaliknya, jika manfaat yang diperoleh lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan, produk tersebut dianggap memiliki nilai yang positif.²⁵ Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang penetapan harga dan membahas minat beli konsumen. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya penetapan harga tidak dikaitkan dalam ekonomi Islam, sedangkan pada penelitian ini ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

Keduabelas, Penelitian ini dilakukan oleh Dita Amanah, May Elisa Debora Simarmata, Dedy Ansari Harahap dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Hemper “Kasih Kamu” Bandung”. Memiliki hasil pemilik usaha melakukan sejumlah perubahan terhadap bisnisnya meliputi promosi, modal, logo dan nama bisnis, foto produk dan packaging. Perubahan pada unsur-unsur tersebut diharapkan dapat mengembangkan usaha Kasih Kamu sehingga menarik lebih banyak konsumen dan penjualan dapat meningkat. Menurut Harahap, pelaku usaha perlu melakukan transformasi

²⁵ Efektifitas Strategi Penetapan Harga Produk Barang Pada Daya Beli Konsumen et al., “Product Pricing Strategy On Consumer Purchasing Power: A Literature Study,” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3, no. 5 (2022): 2987–9.

bisnisnya melalui saluran penjualan offline ke online atau melalui kedua-duanya (*omnichannel*), dalam menawarkan produknya seperti; melalui media sosial, menggunakan promo diskon, memanfaatkan iklan berbayar dan lainnya.²⁶ Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti terkait hampers. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya membahas tentang strategi pengembangan usaha hampers, sedangkan penelitian ini membahas tentang mekanisme penetapan harga pada hampers.

Ketigabelas, Penelitian ini dilakukan oleh Abu Lubaba, Fitri Amelia, Muhammad Nur Ariffin, Maryani, Refhani Puspadini dengan judul “Strategi Penetapan Harga Kebutuhan Pokok Toko Arafah Cirebon Dalam Konsep Ibnu Taimiyah”. Memiliki hasil penetapan harga kebutuhan pokok di Toko Arafah Cirebon, telah sesuai dengan konsep ekonomi Islam. Hal ini dikarenakan konsep penetapan harga telah dijalankan dengan baik, dimana dalam konsep Islam tidak ada pembatasan untuk meraih keuntungan, selagi tidak memberatkan pembeli dan dengan keadaan suka sama suka diantara keduanya. Didalam konsep ekonomi islam, naik dan turunnya harga tidak selalu di sebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasaran. Oleh karena itu jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun maka harga barang akan naik, begitu pula sebaliknya, kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau

²⁶ Dita Amanah, dkk. Strategi pengembangan usaha hamper "kasih kamu" Bandung. *Jurnal Abdimas Berdaya* :5 (2022): 72–79.

mungkin juga tidak adil. Strategi penentuan harga Toko Arafah Cirebon tidak memiliki standar harga yang ditetapkan oleh mekanisme pasar, keuntungan yang diperoleh tidak terlalu tinggi dengan harga jualnya pun tidak terlalu tinggi, karena berusaha untuk mempertahankan pelanggan dan penjualan sehingga eksistensi Toko Arafah Cirebon tetap terjaga meskipun keuntungan yang diterima tidak terlalu tinggi.²⁷ Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang penetapan harga dalam Islam dan merujuk pada pemikiran Ibnu Taimiyah. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya penetapan harga pada toko Arafah Cirebon dan penetapan harganya sudah sesuai dengan ekonomi Islam, sedangkan pada penelitian ini membahas penetapan harga pada usaha hampers VD_Stuuf.id dan penetapan harganya belum sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Keempatbelas, Penelitian ini dilakukan oleh Afif Izam Taufik, Amin wahyudi dengan judul “Penentuan Harga Dan Bisnis Islam”. Memiliki hasil Untuk pengertian secara luas pasar adalah suatu kegiatan yang merupakan hubungan antara permintaan dan penawaran terhadap barang dan jasa. Pasar telah terjadi pada masa Rasulullah SAW dan Khulafaur Rasyidin dan menjadi sunatullah yang telah di jalani selama berabad-abad. Dalam kehidupan sehari-hari, persaingan bisa ditemui dalam berbagai aspek, mulai dari olah raga, pendidikan, hingga dalam hubungan interpersonal. Dari pendapat Ibnu Taimiyah tentang mekanisme pasar dalam Islam, dapat disimpulkan bahwa mekanisme-mekanisme pasar yang Islami mengarah pada karakteristik pasar

²⁷ Abu Lubaba, dkk. Strategi Penetapan Harga Kebutuhan Pokok Toko Arafah Cirebon Dalam Konsep Ibnu Taimiyah. *Ecopreneur : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3 (2023): 43–48.

persaingan sempurna. Hal itu berarti bahwa pasar dalam Islam itulah yang dalam teori konvensional disebut dengan pasar persaingan sempurna, dimana asumsi-asumsi yang disebutkan oleh pakar ekonomi konvensional ada (ditemukan) dalam pasar yang Islami. Islam menawarkan kerangka kerja untuk pasar dan persaingan yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan bersama dan keadilan sosial.²⁸

Kelimabelas, Penelitian ini dilakukan oleh Ali Machrus, Khusnul Asma, Nur Laila Imas Munawaroh, dan Ita Yunita dengan judul “Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Penetapan Harga Keseimbangan Pasar Berdasarkan Pemikiran Ibnu Khaldun”. Memiliki hasil penerapan etika bisnis islam yang diterapkan Toko Amanah Bangil Pasuruan dalam menetapkan keseimbangan harganya bahwa penetapan harga pasar yang saat ini terjadi bukan berlandaskan teori permintaan dan penawaran, melainkan harga menjadi tinggi di sebabkan oleh harga yang diambil dari agen dimana pedagang tersebut mengambil barang dagangannya, penjual hanya menyesuaikan harga tersebut dan disisi lain tingginya permintaan disebabkan oleh perilaku oknum tertentu atau tengkulak-tengkulak yang curang dengan cara menimbun barang dengan tujuan untuk memanfaatkan kelangkaan atau kurangnya pasokan dengan cara menaikkan harga barang yang di atas harga normal pada saat barang banyak yang di butuhkan.²⁹ Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang penetapan harga dalam Islam. Sedangkan perbedaannya adalah pada

²⁸ Afif Izam Taufik, “Penentuan Harga Dan Bsnis Islam” 8, no. 30 (2023): 697–715.

²⁹ Ali Machrus et al., “Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Penetapan Harga Keseimbangan Pasar Berdasarkan Pemikiran Ibnu Khaldun.” *Al-Jadwa: Jurnal Studi Islam*, vol 03 no. 01 (2023): 76–89,

penelitian terdahulu membahas penetapan harga dalam etika bisnis Islam berdasarkan pemikiran Ibnu Khaldun, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang penetapan harga dalam ekonomi Islam pada pemikiran Ibnu Taimiyah.

F. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan Penelitian

Penelitian kualitatif adalah jenis studi yang menghasilkan temuan-temuan yang tidak bisa dicapai melalui penggunaan prosedur statistik atau cara kuantitatif lainnya. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan lebih condong menggunakan analisis dengan pendekatan induktif, di mana proses dan makna memiliki peran penting dalam penelitian ini. Dengan demikian, penelitian kualitatif menitikberatkan pada pemahaman terhadap permasalahan-permasalahan dalam konteks sosial, yang didasarkan pada realitas atau setting alami yang holistik, kompleks, dan detail. Penelitian yang menggunakan pendekatan induktif dengan tujuan mengembangkan konstruksi teori atau hipotesis melalui pengungkapan fakta, dapat dikategorikan sebagai penelitian dengan paradigma kualitatif.³⁰

b. Jenis Penelitian

Sementara itu, metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan strategi penelitian di

³⁰ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*, Yogyakarta Press, 2020, 19-20.

mana peneliti menyelidiki peristiwa atau fenomena kehidupan individu atau kelompok, dan meminta mereka untuk menceritakan pengalaman mereka. Data yang diperoleh kemudian disajikan kembali oleh peneliti dalam bentuk kronologis yang bersifat deskriptif. Dalam konteks lain, penelitian deskriptif juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk studi yang bertujuan untuk menggambarkan berbagai fenomena yang ada, baik itu fenomena alamiah maupun yang dibuat oleh manusia.³¹

Penelitian ini menggambarkan tentang bagaimana mekanisme penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam pada usaha Hempters VD_Stuuf.id. Penetapan harga sangat penting dilakukan dalam suatu usaha, sehubungan dengan pemilik usaha adalah seorang muslim maka dalam penetapan harga tersebut harus dengan prinsip ekonomi Islam.

2. Kehadiran Peneliti

Peneliti memegang peran sentral dalam suatu penelitian, sehingga kehadiran mereka di lapangan dalam konteks penelitian kualitatif sangatlah vital. Meskipun ada instrumen lain yang dapat digunakan selain peneliti, peran instrumen-instrumen tersebut hanya sebatas mendukung pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Kehadiran seorang peneliti, tanpa memandang apakah subjek penelitian menyadari statusnya sebagai peneliti atau tidak, harus dijelaskan secara komprehensif dalam laporan penelitian. Hal yang sama berlaku untuk

³¹ Rusandi and Muhammad Rusli, "Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus," *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 2, no. 1 (2021): 48–60.

tingkat keterlibatan peneliti dalam proses pengumpulan data, baik sebagai partisipan aktif, pengamat partisipan, atau pengamat pasif.³² Peneliti mengumpulkan dan mengamati informasi yang ada di lapangan. Peneliti melakukan pengkajian pada usaha Hampers VD_Stuuf.id pada tanggal 15 Maret 2024.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di rumah produksi Hampers VD_Stuuf.id yang beralamatkan di Ds. Karangrejo, Dsn. Karangsemi RT: 26/ RW: 03 Kecamatan Wungu, Kabupaten Madiun (Lungur Tengah) dengan tujuan ingin mengetahui mekanisme penetapan harga pada usaha Hamper VD_Stuuf.id, sehingga dapat mengetahui minat beli masyarakat terhadap Hampers VD_Stuuf.id. Karena, VD_Stuuf.id hanya mengambil keuntungan kecil dalam menetapkan harga, hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menarik minat beli konsumen. Tetapi dengan begitu juga merugikan pihak penjual dimana hanya mendapat laba yang kecil. Lokasi VD_Stuuf.id terbilang jauh dari pusat kota tetapi akses jalannya yang mudah sehingga jika pelanggan ingin datang kerumah sangat mudah untuk ditemukan.

4. Data dan Sumber Data

a. Data

Data merupakan fakta tentang karakteristik tertentu dari suatu fenomena yang ditemukan melalui pengamatan. Data dalam penelitian

³² N H Auliya et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (CV. Pustaka Ilmu, 2020), <https://books.google.co.id/books?id=qijKEAAAQBAJ>.

kualitatif bersifat deskriptif bukan angka. Data dapat berupa gejala-gejala, kejadian dan peristiwa yang kemudian dianalisis dalam bentuk kategori-kategori. Untuk mempermudah penelitian penelitian, penulis menggali data dari lapangan yang berkaitan dengan mekanisme penetapan harga. Adapun data yang diambil dalam penelitian ini yaitu disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti:

1. Data mengenai mekanisme penetapan harga pada usaha Hampers VD_Stuuf.id dalam perspektif ekonomi Islam.
2. Data mengenai dampak mekanisme penetapan harga terhadap penjual dan pembeli dalam perspektif ekonomi Islam.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berupa data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan dengan informan atau narasumber. Adapun narasumber dalam penelitian ini yaitu 1 orang pemilik usaha dan 3 orang selaku pelanggan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.³³

a. Teknik Observasi

³³ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, 2021.

Pada dasarnya, observasi adalah kegiatan pengamatan terhadap suatu objek secara langsung dan teliti di tempat penelitian, dengan pencatatan sistematis mengenai gejala-gejala yang sedang diteliti. Informasi yang diperoleh dari observasi meliputi berbagai hal seperti lokasi (ruang), individu yang terlibat, aktivitas, objek, tindakan, kejadian, waktu, dan emosi yang terlibat. Pentingnya kegiatan observasi bagi peneliti adalah untuk menyajikan gambaran yang akurat mengenai perilaku atau kejadian, menjawab pertanyaan penelitian, membantu memahami perilaku manusia, serta sebagai alat evaluasi untuk mengukur aspek tertentu dan memberikan umpan balik yang diperlukan terhadap pengukuran tersebut.³⁴ Peneliti melakukan pengamatan pada usaha Hampers VD_Stuuf.id.

b. Teknik Dokumentasi

Dimana dengan teknik ini, peneliti berusaha mengamati, menelusuri dan mengumpulkan data untuk mendeskripsikan tentang Analisis mekanisme penetapan harga pada usaha hampers VD_Stuuf.id dalam perspektif Ekonomi Islam.

c. Teknik Wawancara

Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari sumbernya. Wawancara adalah cara untuk mengumpulkan informasi atau data melalui komunikasi verbal dan lisan. Penggunaan teknik

³⁴ Mardawani. *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Deepublish, 2020, 51.

wawancara dalam pengumpulan data melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan subjek penelitian, di mana subjek diminta menjawab pertanyaan yang diajukan.³⁵

Tekniknya bersifat wawancara yang mendalam kepada pemilik usaha hampers VD_Stuuf.id. Dengan mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan mekanisme penetapan harga pada usaha hampers tersebut. Sehingga data yang dibutuhkan oleh penelitian dapat terkumpul dengan maksimal, kemudian hasil dari wawancara tersebut dicatat dalam bentuk transkrip. Adapun narasumber dalam penelitian ini yaitu 1 orang pemilik usaha dan 3 orang selaku pelanggan.

6. Teknik Pengolahan Data

Data mentah diolah dengan menyempurnakan deskripsi dan elemen lainnya, termasuk proses koding di mana data diorganisir atau dikelompokkan sesuai dengan kategorinya. Selain itu, data ditampilkan dalam bentuk tabel yang menggambarkan situasi aktual yang terjadi di lapangan, mencerminkan keadaan sebenarnya yang terjadi di masyarakat. Penjelasan ini mencakup gambaran dari responden yang dipilih secara acak dari masyarakat.³⁶

7. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan,

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta 2017) 128.

³⁶ Ahmad and Muslimah, "Memahami Teknik Pengolahan Dan Analisis Data Kualitatif," *Proceedings* 1, no. 1 (2021): 173–86.

dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan tentunya dapat diinformasikan kepada orang lain. Hal ini berarti bahwa analisis data merupakan hal yang kritis dalam proses penelitian kualitatif. Analisis digunakan untuk memahami hubungan dan konsep dalam data sehingga hipotesis dapat dikembangkan dan dievaluasi.³⁷

a. Reduksi data

Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data sehingga memperoleh kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi data tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data.³⁸ Reduksi data merupakan proses penyederhanaan data. Mengingat data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dirangkum dan dipilah menjadi hal-hal yang pokok secara teliti dan rinci. Dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu. Hasil reduksi data dideskripsikan dalam bentuk kalimat yang disajikan (*display*) sesuai dengan temuan lapangan.³⁹ Ini adalah upaya para peneliti untuk mengumpulkan data, kemudian memilah-milah data dalam satuan konsep, kategori, dan tema tertentu. Data yang akan direduksi berkaitan dengan mekanisme penetapan harga pada usaha hampers VD_Stuuf, id dalam perspektif ekonomi Islam.

³⁷ Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif* (Sistematika Penelitian Kualitatif). Yogyakarta Press, 2020, 45-46.

³⁸ Ariesto Hadi Sutopo. *Penelitian Kualitatif dengan NVivo*. Topazart, 2021, 8.

³⁹ Mardawani. *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Deepublish, 2020, 47.

b. Penyajian data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam menyajikan data dipaparkan secara teratur dengan menampilkan hubungan jalan hubungan data, dan digambarkan keadaan yang terjadi, dengan demikian akan memudahkan peneliti dalam membuat sebuah kesimpulan yang benar.⁴⁰ Setelah data direduksi, data akan disajikan secara deskriptif dan hasil wawancara akan diubah menjadi kalimat baku yang mudah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan ini ditangani secara longgar, tetap terbuka, dan skeptis, tetapi kesimpulan sudah disediakan. Mula-mula belum jelas, namun kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh.⁴¹ Dalam menarik kesimpulan penulis akan mencari kesimpulan awal sehingga dapat disusun secara urut dan runtut menjadi konfigurasi tertentu. Setelah direduksi dan disajikan

⁴⁰ Ahmad and Muslimah, "Memahami Teknik Pengolahan Dan Analisis Data Kualitatif."

⁴¹ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin" 17, no. 33 (2018): 81–95.

maka dilakukan penarikan kesimpulan tentang mekanisme penetapan harga pada usaha hampers VD_Stuuf.id dalam perspektif ekonomi Islam.

8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data/Temuan

Dalam penelitian kualitatif, peneliti menggunakan triangulasi sebagai teknik untuk menguji keabsahan data yang diperoleh peneliti. Data yang berasal dari luar itu peruntukan sebagai alat untuk pemeriksaan serta pembandingan dari data yang telah dikumpulkan oleh seorang peneliti. Secara umum keabsahan data (*reliabilitas data*) adalah kebenaran yang muncul dari uraian, kesimpulan, penjelasan dan interpretasi, serta penafsiran dari berbagai jenis laporan yang dikonstruksi dalam sebuah penelitian. Data yang valid menjelaskan dan menunjukkan bahwa perilaku, objek, atau fenomena yang diamati peneliti konsisten dengan peristiwa yang ada dan terjadi di alam. Dengan adanya keabsahan datanya, hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan dalam banyak hal.⁴² Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga macam triangulasi, diantaranya:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan teknik untuk memvalidasi keabsahan data dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber. Dalam konteks ini, data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik usaha dan pelanggan dari VD_Stuuf.id untuk memastikan kredibilitasnya.

⁴² Silverius Y. Soeharso, *Metode Penelitian Bisnis* (Penerbit Andi, 2023), 217.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi Teknik adalah metode yang digunakan untuk memverifikasi validitas data dengan memeriksa informasi dari sumber yang sama namun menggunakan teknik yang berbeda. Contohnya, data yang diperoleh melalui wawancara kemudian diperiksa ulang melalui observasi dan dokumentasi untuk memastikan keakuratannya.

c. Triangulasi Waktu

Keakuratan data juga sering dipengaruhi oleh waktu. Misalnya, data yang diperoleh melalui wawancara pada pagi hari, ketika narasumber masih dalam kondisi segar, cenderung lebih dapat diandalkan dan kredibel. Oleh karena itu, untuk memeriksa keakuratan data, penting untuk mengevaluasi waktu pelaksanaan wawancara, observasi, atau teknik lain yang bisa mempengaruhi kredibilitas data tersebut.⁴³

G. Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasan penelitian yang berjudul “Mekanisme Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Usaha Hampers VD_Stuuf.id”. Penulis menyusun kedalam beberapa bab dan masing-masing berisi beberapa subbab yang saling berkaitan. Adapun gambaran daftar isi yang terlibat didalam penulisan:

BAB I Pendahuluan. Bab ini mencakup penjelasan tentang penjelasan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metodologi penelitian, dan sistematika

⁴³ A Majid, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Penerbit Aksara Timur, 2017), 104-105.

pembahasan. Bagian metode penelitian menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, jenis data dan sumbernya, teknik pengumpulan data, metode pengolahan data, teknik analisis data, serta teknik pengecekan keabsahan data.

BAB II Mekanisme Penetapan Harga Dan Dampak Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. Menjelaskan teori yang digunakan untuk mendukung masalah yang akan diteliti. Teori penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam yang membahas tentang penetapan harga dalam ekonomi Islam. Perspektif penetapan harga pada penjual dan pembeli. Teori minat beli konsumen, membahas minat beli konsumen dalam penjualan.

BAB III Data Mekanisme Penetapan Harga Dan Dampak Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. Dalam bab ini memaparkan seluruh data yang diperoleh selama penelitian lapangan, membahas gambaran umum penelitian dan uraian data penelitian. Data faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual dan pendapat responden mengenai penetapan harga jual dilakukan oleh pemilik usaha.

BAB IV Analisis Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Usaha Hampers VD_Stuuf.id. Pada bab ini memaparkan penjelasan mengenai analisis data yang telah dilakukan penelitian. Menjelaskan analisis data mengenai penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam serta dampak penetapan harga tersebut bagi penjual dan pembeli.

BAB V Penutup. Dalam bab ini memaparkan kesimpulan yang di peroleh pada saat penelitian serta jawaban umum atas permasalahan yang timbul dari

hasil penelitian saran atau kritik dari penulis mengenai pembahasan yang sedang dibahas ditujukan untuk halaman dengan topik penelitian.



BAB II

MEKANISME PENETAPAN HARGA DAN DAMPAK PENETAPAN

HARGA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

A. Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Penetapan harga merupakan proses yang dilakukan untuk menentukan besarnya keuntungan yang akan diperoleh atau diterima dari suatu usaha yang dijalankan. Dalam menjalankan usaha penetapan harga menjadi keputusan yang sulit, karena dari penetapan harga tersebut akan berpengaruh dari minat beli masyarakat. Penetapan harga dilakukan untuk menambah besarnya biaya produksi terhadap biaya yang dikeluarkan dan waktu serta tenaga yang dikorbankan dalam memproses barang. Penetapan harga yaitu proses menentukan berapa yang harus dibayar konsumen dan yang dijual atas penjualan suatu produk. Penetapan harga melibatkan pemahaman mendalam bagaimana harga-harga ini berkontribusi dalam mencapai tujuan penjualan. Dalam menentukan harga pemilik usaha harus menetapkan harga jual terbaik agar dapat memaksimalkan perolehan laba dari penjualan produk. Jika pemilik usaha menetapkan harga yang rendah, banyak produk yang akan terjual, tetapi tidak memaksimalkan perolehan laba. Tetapi jika pemilik usaha menetapkan harga yang tinggi, akan menjadikan produk sedikit terjual, tetapi perolehan laba akan sangat maksimal.⁴⁴

Mekanisme harga adalah dimana pasar menyeimbangkan penawaran dan permintaan dengan cara menyesuaikan harga sampai jumlah penawaran

⁴⁴ Muhammad Ali Fikri dan Adhitya Rehandy Christian. *Pengantar Bisnis*. UAD PRESS, 2021, 153.

sama dengan jumlah permintaan. Mekanisme harga yaitu proses yang berjalan atas dasar gaya tarik menarik antara produsen dan konsumen baik dari pasar *output* (barang) ataupun *input* (faktor-faktor produksi). Harga yang adil merupakan harga (nilai barang) yang dibayarkan untuk suatu objek tertentu yang diberikan pada waktu dan tempat diserahkannya barang tersebut. Dalam konsep ekonomi Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar yaitu permintaan dan penawaran. Pertemuan permintaan dan penawaran harus terjadi secara sukarela, tidak ada pihak yang teraniaya atau merasa terpaksa untuk bertransaksi.⁴⁵ Dalam literatur Islam, masalah harga diuraikan dalam beberapa terminologi, antara lain *sir al-mitsl* dan *thaman al mitsl qimah al-adl*. Istilah *Qimah al-adl* (harga yang adil) pernah digunakan oleh Rasulullah saw. dan juga banyak digunakan oleh para hakim yang telah memodifikasikan hukum Islam tentang transaksi bisnis dalam objek barang cacat yang dijual, perebutan kekuasaan, memaksa penimbun barang untuk menjual barang timbunannya, membuang jaminan atas harta milik, dan sebagainya.⁴⁶

Sebenarnya islam telah mengharamkan pematokan harga secara mutlak. Imam Ahmad meriwayatkan sebuah hadis dari Anas yang mengatakan:

“Harga pada masa Rasulullah saw, membung. Lalu mereka lapor: Wahai Rasulullah, kalau seandainya harga ini engkau tetapkan (niscaya tidak membung seperti ini). Beliau menjawab: “Sesungguhnya Allah-lah Yang Maha Menciptakan, Yang Maha Menggenggam, Yang Maha

⁴⁵ Isnaini Harahap. Hadis-hadis Ekonomi. Prenada Media, 2017, 116.

⁴⁶ A Mursalin, *Manajemen Pemasaran Islam - Jejak Pustaka*, 2023, 108.

Melapangkan, Yang Maha Memberi Rezeki, lagi Maha Menentukan Harga. Aku ingin menghadap ke hadirat Allah, sementara tidak ada satu orang pun yang menuntutku karena suatu kezaliman yang aku lakukan kepadanya, dalam masalah harta dan darah.”

Allah swt. telah memberikan hak tiap orang untuk membeli dengan harga yang disenangi. Ibnu Majah meriwayatkan dari Abi Sa'id yang mengatakan: Nabi saw. bersabda:

"Sesungguhnya jual-beli itu (sah karena) sama-sama suka."⁴⁷

Equilibrium Price (harga yang adil) dalam perspektif ekonomi Islam adalah harga yang tidak menimbulkan dampak negatif (bahaya) untuk para pelaku pasar, baik dari sisi penjual maupun pembeli. Harga tidak dapat dikatakan adil apabila harga tersebut terlalu rendah sehingga penjual ataupun produsen tidak dapat *recovery* atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan. Sebaliknya, harga tidak boleh terlalu tinggi karena akan berdampak pada daya beli pembeli dan konsumen. Harga yang adil adalah harga yang dapat menutupi semua biaya operasional produsen dengan margin laba tertentu, serta tidak merugikan para pembeli. Apabila harga yang terbentuk tidak dapat *recovery* biaya produksi, atau persentase keuntungan yang didapatkan terlalu rendah, hal tersebut akan menimbulkan dampak negatif bagi penjual dan produsen. Dalam hal ini Ibnu Taimiyah berpendapat, "Apabila harga yang terbentuk tidak merefleksikan kerelaan masing-masing pihak dan tidak terdapat persentase keuntungan tertentu, hal tersebut akan menyebabkan rusaknya

⁴⁷ Taquuddin An-Nabhani. *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*. Risalah Gusti, 1996. 212-213

sebuah harga dan dapat merugikan kekayaan manusia." Dalam penetapan harga tidak diperbolehkan adanya kerugian bagi pembeli maupun penjual, di mana tingginya harga yang ditetapkan akan merugikan pembeli ataupun konsumen.⁴⁸

Menurut Ibn Taimiyah: "Besarnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan/atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah.⁴⁹ Dua istilah yang sering ada dalam pembahasan Ibnu Taimiyah tentang masalah harga, yaitu: 1) Kompensasi yang setara (*iwad al-mitsl*) diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara dan itulah esensi dari keadilan (*nafs al-'adl*); 2) harga yang setara (*tsaman al-mitsl*).⁵⁰

Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah berhubungan dengan prinsip *la dharar* yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain. Maka dengan berbuat adil akan mencegah terjadinya tindak kezaliman. Konsep Ibnu Taimiyah tentang kompensasi yang adil dan harga yang adil memiliki dasar pertimbangan yang berbeda. Tujuan utama dari harga yang adil adalah memelihara keadilan dalam mengadakan transaksi timbal balik dan hubungan-hubungan lain di antara anggota masyarakat. Pada konsep harga adil, pihak penjual dan pembeli sama-sama merasakan keadilan.⁵¹ Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga

⁴⁸ Ibid, 109.

⁴⁹ Isnaini Harahap. Hadis-hadis Ekonomi. Prenada Media, 2017, 116.

⁵⁰ Andi Triyawan. Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam. CV. Media Sains Indonesia. 2021, 208.

⁵¹ Nur Chamid. Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam. Pustaka Pelajar. 2012, 233-234.

yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kedzaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualannya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.⁵²

Dalam penetapan harga ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan diantaranya:

1. Tujuan Pemasaran Perusahaan

Faktor ini merupakan faktor utama dalam penetapan harga. Tujuan ini meliputi maksimalisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam kealitan, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial. dan lain-lain.

2. Strategi Bauran Pemasaran

Harga harus dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran yang lain yaitu produk, distribusi dan promosi.

3. Biaya

Biaya merupakan faktor utama yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Setiap perusahaan selalu menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya

⁵² Mabarroh Azizah, "Harga Yang Adil Dalam Mekanisme Pasar Dan Peran Pemerintah Dalam Perspektif Islam," *Unisia* 34, no. 76 (2012): 74-85.

(tetap dan variabel) dan jenis-jenis biaya yang lain (opportunity cost). Berkaitan dengan permasalahan biaya, ada tiga macam hubungan yang perlu dipertimbangkan dalam menganalisis biaya terhadap strategi penetapan harga, yaitu:

a. Resiko biaya tetap terhadap biaya variabel.

Bila proporsi biaya tetap terhadap biaya total lebih besar dari proporsi biaya variabelnya, maka penambahan volume penjualan akan sangat membantu dalam meningkatkan laba (pada kondisi volume sensitive), misalnya pada perusahaan, penerbangan. Bila kondisi yang terjadi adalah sebaliknya disebut price sensitive, karena kenaikan harga sedikit saja dapat menaikkan laba yang cukup besar.

b. Skala ekonomis yang tersedia bagi perusahaan.

Bila skala ekonomis yang diperoleh oleh operasi perusahaan cukup besar, maka perusahaan yang bersangkutan perlu merencanakan peningkatan pangsa pasar dan harus memperhitungkan harapan penurunan biaya dalam menentukan harga jangka panjangnya.

c. Organisasi

Manajemen perlu memutuskan siapa dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Setiap perusahaan menangani masalah penetapan harga menurut caranya masing-masing. Pihak-pihak yang biasanya berpengaruh dalam penetapan harga diantaranya adalah manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan dan akuntan.⁵³

⁵³ A Shinta. *Manajemen Pemasaran* (Universitas Brawijaya Press, 2011).

B. Dampak Mekanisme penetapan Harga

Dampak dari penetapan harga dapat beragam tergantung pada konteksnya. Secara umum, penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi beberapa aspek, seperti:

1. **Permintaan Konsumen:** Harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi permintaan konsumen, sementara harga yang terlalu rendah mungkin merugikan keuntungan per unit. Penetapan harga yang tepat dapat memaksimalkan pendapatan dengan mempertimbangkan tingkat permintaan pasar.
2. **Persaingan Pasar:** Penetapan harga juga memengaruhi dinamika persaingan di pasar. Harga yang lebih rendah dari pesaing dapat memperoleh pangsa pasar yang lebih besar, sementara harga yang lebih tinggi mungkin menunjukkan kualitas yang lebih tinggi atau eksklusivitas.
3. **Laba dan Keuntungan:** Penetapan harga yang efektif dapat membantu perusahaan mencapai target laba dan keuntungan. Harga yang terlalu rendah dapat mengurangi margin keuntungan, sementara harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi jumlah unit yang terjual.
4. **Citra Merek:** Harga juga dapat memengaruhi citra merek perusahaan. Harga yang tinggi dapat mencerminkan kualitas atau eksklusivitas produk, sementara harga yang rendah mungkin merusak persepsi nilai produk.
5. **Elastisitas Harga:** Tingkat responsibilitas konsumen terhadap perubahan harga, yang disebut elastisitas harga, juga dapat mempengaruhi penetapan harga. Produk dengan permintaan yang kurang elastis terhadap harga.

mungkin memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga lebih tinggi tanpa mengurangi jumlah penjualan secara signifikan.

Setiap harga mengarah ke tingkat permintaan yang berbeda dan karena itu akan memiliki berbagai dampak pada tujuan pemasaran perusahaan. Umumnya permintaan berhubungan terbalik atau semakin tinggi harga maka akan semakin rendah permintaan. Kadang konsumen menerima harga mahal untuk mengindikasikan produk yang lebih baik, meskipun jika harga terlalu tinggi, tingkat permintaan mungkin akan turun.⁵⁴

C. Minat Beli Konsumen

a. Pengertian Minat Beli

Minat beli merupakan perilaku dimana konsumen mendapatkan dorongan dari suatu produk yang dilihat untuk dapat memiliki produk tersebut. Minat beli konsumen menjadi faktor pendorong dalam mengambil keputusan pembelian. Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tak seorang pun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Menurut Nulufi & Murwatiningsih (2015) konsumen yang telah memiliki sikap positif terhadap suatu produk atau merek, artinya konsumen memiliki ketertarikan terhadap suatu produk atau jasa tetapi belum tentu konsumen akan melakukan pembelian produk atau jasa tersebut.

⁵⁴ Bima Firdaus Tambun, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Barang Mewah (Studi Keputusan Pembelian Vespa Klasik Di Kota Mallang)," *Jurnal Ilmiah*, 2021, 1–26,

b. Indikator Minat Beli

Minat beli pelanggan pada prinsipnya yakni faktor pendukung dalam keputusan pembelian produk. Ferdinand mendefinisikan kepentingan pernyataan diri mental yang konsumen yang merefleksikan pembelian yang direncanakan dari sejumlah produk dengan merek tertentu. Minat beli terdiri dari tingkah laku pelanggan pada produk yang datang dari kepercayaan pelanggan pada mutu produk. Kepercayaan pelanggan yang lebih rendah guna sebuah produk dapat mengakibatkan turunnya minat beli pelanggan. Minat (Interest) dideskripsikan menjadi sebuah kondisi di mana pelanggan tidak melangsungkan suatu tindakan, yang bisa dipergunakan sebagai dasar guna mengestimasi tindakan atau perilaku. Ferdinand mengemukakan indikator minat beli diidentifikasi terdiri atas:

1. Minat transaksional, yakni tendensi konsumen guna membeli suatu produk.
2. Minat referensial, yakni tendensi konsumen guna merujuk produk pada pihak lain.
3. Minat preferensial, yakni minat yang melukiskan perilaku konsumen yang mempunyai pilihan pokok pada produk. Pilihan ini cuma bisa diganti jikalau terdapat kesalahan dengan preferensi produk.
4. Minat eksploratif, minat ini melukiskan perilaku konsumen yang senantiasa mencari informasi tentang produk yang diminati dan

menemukan informasi guna menunjang sifat positif dari produk tersebut.⁵⁵



⁵⁵ Yosef Tonce dan Yoseph Darius. Minat Dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep Dan Studi Kasus). Penerbit Adab, (n.d.), 2022, 14-15.

BAB III

DATA MEKANISME PENETAPAN HARGA DALAM

PESPEKTIF EKONOMI SYARIAH

A. Gambaran Umum Hampers VD_Stuuf.id

Usaha hampers adalah bisnis yang mengumpulkan berbagai macam barang atau produk dan mengemasnya dalam satu paket, biasanya dengan cara yang rapi dan menarik, sebagai hadiah atau pemberian istimewa. Bisnis ini dapat mencakup berbagai jenis makanan, minuman, barang atau barang tertentu, atau produk perawatan pribadi. Bisnis hampers dapat sangat menguntungkan, terutama pada acara wisuda, memperingati hari ibu, hari guru, teman yang sedang ulang tahun. VD_Stuuf.id menyediakan bouquet bunga, bouquet bumbu masak, bouquet jajan, dan masih banyak lagi. Disana melayani sistem requet sesuai dengan kebutuhan yang di minta pembeli. Usaha hampers VD_Stuuf.id beralamatkan di Ds. Karangrejo, Dsn. Karangsemi RT: 26/ RW: 03, Kecamatan Wungu, Kabupaten Madiun (Lungur Tengah). Lokasi rumah produksi hampers ini yang sedikit jauh dari kota sehingga juga melakukan sistem COD bagi pembeli yang beradadi kota, tetapi jika pembeli yang berada disekitar rumah produksi memilih untuk langsung mengambil ke rumah. Usaha hampers VD_Stuuf.id ini berdiri sejak tahun 2019 di bulan Juni, pendiri usaha ini adalah Mbak Dwi Ratna Sari, beliau pendiri sekaligus yang mengelola usaha hampers ini dan beliau juga yang membuat hampers itu sendiri.

Dimana awalnya VD_Stuuf.id ini sebagai reseller pakaian seperti baju batik, kaos, celana, hijab, dan sepatu. Setelah satu tahun berlalu tepatnya di tahun 2020 di bulan Juni waktu covid melanda dan terjadi PPKM, Mbak Dwi pemilik usaha VD_Stuuf.id belajar membuat bucket dan hampers sebagai gift di hari special namun bisa dikirim jarak jauh dengan harga murah dikantong. Alhasil dari sanalah VD_Stuuf.id memiliki branding tersendiri dengan penyedia gift berupa hampres dan bucket made home, sejak VD_Stuuf.id memiliki branding tersendiri dan bukan reseller lagi mulai melejit karena memang masyarakat sebagai sasaran konsumen kekinian mulai memberikan hadiah untuk hari special orang tersayang dengan gift berupa bucket maupun hampres. Tetapi produk yang sangat banyak diminati pelanggan yaitu bouquet.

VD_Stuuf.id sangat mengedepankan pelayanan pada konsumen, seperti selalu merespon cepat saat pembeli memesan lewat whatsapp dan selalu berusaha membuat pelanggan puas akan hasil bouquet serta tentukan dengan harga yang ramah dikantong. Untuk karyawan VD_Stuuf.id hanya membutuhkan karyawan ketika memiliki pesanan banyak saja, jadi pemilik usaha mencari karyawan secara mendadak.

B. Penetapan Harga Pada Usaha Hampers VD_Stuuf.id

Penetapan harga merupakan salah satu kegiatan penting dalam bisnis. Harga adalah nilai yang ditetapkan untuk barang atau jasa yang dijual, dan penetapan harga yang tepat dan sesuai dapat membantu perusahaan meningkatkan pendapatan dan kinerja. Menentukan strategi penetapan harga

yang tepat dapat berpengaruh pada minat beli konsumen. Selain itu, penetapan harga jual juga dapat menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh pihak pemilik usaha. Pihak pemilik usaha tidak boleh sembarangan saat menetapkan harga jual, karena beberapa faktor harus dipertimbangkan.

1. Tujuan perusahaan

Dalam hal tujuan usaha VD_Stuuf.id memaksimalkan kebutuhan pelanggan. Seperti yang di jelaskan mbak Dwi:

Tujuan saya dalam usaha ini itu untuk memenuhi kebutuhan pasar mbak, sekarang ini banyak orang yang membutuhkan hadiah yang unik untuk diberikan ke orang spesial mbak, jadi dari situ saya belajar mengombinasikan beberapa item dalam satu kemasan. Agar pembeli tertarik mbak.¹

Tujuan selanjutnya yaitu untuk mendapatkan laba dengan membuat bouquet dengan banyak variasi. Sebagaimana dijelaskan oleh mbak Dwi:

Dalam usaha ini tujuan utama yang tidak lain yaitu memperoleh keuntungan mbak, kalau usaha kan pasti tidak jauh dari yang namanya keuntungan ya mbak. Dalam hal ini saya juga selalu memperhatikan setiap keuntungan yang saya ambil mbak. Saya berusaha menjual bucket yang tepat sasaran mbak agar dapat keuntungan yang menarik.²

Dalam hal mengambil keuntungan mbak dwi hanya mengambil keuntungan dengan jumlah yang kecil. Seperti yang telah di ungkapkan mbak Dwi:

Dalam usaha hampers VD_Stuuf.id ini saya memang memilih untuk mengambil keuntungan yang kecil mbak, untuk menarik pelanggan dan membangun reputasi usaha yang baik mbak.³

¹ Dwi, Wawancara, 15 Maret 2024

² Dwi, Wawancara, 15 Maret 2024

³ Dwi, Wawancara, 15 Maret 2024

Dari penjelasan yang dipaparkan mbak Dwi untuk menarik pembeli beliau mengambil keuntungan yang kecil tetapi tetap meminimalisir kerugian. Selain itu VD_Stuuf.id memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal memberikan hadiah yang unik untuk orang yang spesial.

2. Strategi Bauran Pemasaran

Strategi bauran pemasaran, juga dikenal sebagai bauran pemasaran atau marketing mix, adalah konsep yang merujuk pada kombinasi berbagai elemen pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan dan menjual produk atau layanan kepada pelanggan. Hampers VD_Stuuf.id dalam menetapkan harga mempertimbangkan cara untuk melakukan promosi untuk memperkenalkan produk. Seperti yang dijelaskan oleh mbak Dwi:

Untuk memasarkan bouquet ini saya lebih sering promosi lewat sosial media mbak serta membuat paket-paket promo yang menarik bagi konsumen. Selain itu, menjaga kualitas produk dan pelayanan juga penting untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan reputasi usaha serta untuk menarik pelanggan kita terapkan promo maupun harga hemat.⁴

Hasil penjelasan mbak Dwi tersebut menyatakan bahwa VD_Stuuf.id menetapkan harga dengan mempertimbangkan promosi yang dilakukan serta kualitas produk serta layanan.

3. Biaya

Biaya adalah pengeluaran modal yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk berupa barang atau jasa. Biaya menjadi faktor

⁴ Dwi, Wawancara, 15 Maret 2024

penting dalam pertimbangan penetapan harga. Tanpa adanya pertimbangan besar kemungkinan usaha akan mengalami kerugian. Selain itu waktu yang digunakan serta harga setiap item juga digunakan untuk mempertimbangkan penetapan harga. Hal tersebut juga dilakukan VD_Stuuf.id dalam mempertimbangkan penetapan harga. Seperti yang diungkapkan oleh mbak Dwi:

Iya mbak, dalam usaha bouquet seperti ini biaya operasional, biaya bahan baku tenaga kerja sangat penting dipertimbangkan untuk penetapan harga. Mengingat biaya yang saya keluarkan cukup banyak untuk usaha ini mbak. Jadi harus dihitung agar mendapatkan laba yang layak mbak. Tetapi kadang jika tidak ramai begitu saya kadang menjual, jika ada yang menawar begitu tetap saya layani mbak, tetapi ya tetap saya perhitungkan dengan laba yang saya peroleh walaupun kecil sekali.

Selain itu, waktu yang digunakan dalam membuat bouquet itu sendiri tidak bisa di bilang sebentar. Ungkapan mbak Dwi:

Saya membuat bouquet ini kadang membutuhkan waktu 15-25 menit mbak, tergantung besar kecilnya bouquet yang saya buat. Saya biasa membuat itu seharian penuh jika bouquet memang akan segera di ambil oleh pembeli, terkadang juga ada yang membeli secara dadakan, saya melayani jika stok dirumah ada dan jika saya tidak sedang banyak pesanan mbak.⁵

Harga dalam satu bouquet juga tidak terbilang mahal, masih ramah di kantong. Ini ungkapan mbak Dwi:

Harga hampres dan bucket yang dijual sangatlah beragam mbak, VD_Stuuf.id dapat menyesuaikan harga sesuai budget konsumen. Namun di VD_Stuuf.id ada harga minimal pembelian yakni untuk bucket mini 5K dan hampres 20K.⁶

⁵ Dwi, Wawancara, 15 Maret 2024

⁶ Dwi, Wawancara, 15 Maret 2024

Dari penjelasan mbak Dwi menjelaskan bahwa Hampers VD_Stuuf.id mempertimbangkan biaya operasional, biaya bahan baku, waktu pembuatan, dan harga pasar dalam penetapan harga mengingat cukup banyak biaya yang dikeluarkan dan penetapan harga nya tetap disesuaikan dengan keadaan di pasaran.

4. Organisasi

Organisasi dalam bisnis mengacu pada struktur, proses, dan hubungan antara individu-individu yang bekerja bersama dalam suatu perusahaan atau entitas bisnis. Organisasi ini dirancang untuk mencapai tujuan bisnis, memfasilitasi koordinasi antara bagian-bagian yang berbeda, dan memastikan efisiensi dalam operasi sehari-hari. Organisasi dalam bisnis adalah membantu kegiatan memproduksi jika diperlukan, seperti pada VD_Stuff.id ini tidak memiliki karyawan tetap untuk membantu produksi hanya ada karyawan musiman yang ada ketika pesanan sangat banyak. Seperti yang dijelaskan mbak Dwi:

Kalau untuk karyawan tetap saya belum punya mbak, karena saya bisa mengerjakan nya sendiri, dan jika menggunakan karyawan tetap nanti saya harus memikirkan gaji nya juga. Jadi saya hanya membutuhkan karyawan musiman saja, jika pesanan saya sangat banyak saya baru mencari 1 karyawan mbak.⁷

Dari penjelasan mbak Dwi menyatakan bahwa untuk mengangkat karyawan tetap VD_Stuuf.id belum begitu mampu dikarenakan menurut pemilik usaha masih bisa mengerjakan pembuatan bouquet sendiri. Hanya saja jikalau pesanan bouquet yang masuk banyak VD_Stuuf.id mencari karyawan dadakan untuk membantu membuat bouquet.

⁷ Dwi, Wawancara, 15 Maret 2024

C. Dampak Penetapan Harga Bagi Penjual dan Pembeli

Mekanisme penetapan harga yang dilakukan oleh usaha Hampers VD_Stuuf.id ada nya ketidakadilan dalam hal keuntungan dimana pemilik usaha masih sering merelakan mengambil keuntungan sekecil mungkin agar minat beli semakin tinggi, tanpa memikirkan dampak dari pengambilan keuntungan kecil tersebut terhadap keberlangsungan usahanya. Padahal pemilik usaha sendiri kebingungan dalam memutar kembali hasil keuntungan tersebut untuk membeli bahan kembali dan untuk kebutuhan transportasi dan lain-lain. Seperti yang dijelaskan mbak Dwi:

Untuk masalah mengambil keuntungan kecil memang saya akui iya mbak, untuk menarik minat beli pelanggan dan reputasi usaha saya. Dan terbukti minat beli konsumen di VD_Stuff.id memang semakin meningkat dihari-hari tertentu misal hari kelulusan mbak. Tetapi kadang saya juga bingung dengan keuntungan kecil yang saya peroleh bagaimana saya bisa memutar hasil tersebut untuk membeli kembali bahan baku, lalu untuk promosi saya juga, untuk waktu saya saya gunakan untuk membuat, untuk transportasi saya. Kalau untuk perkembangan usaha yang saya rasakan usaha saya ini ya masih disini sini saja mbak.⁸

Menurut hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan mewawancarai informan yaitu 4 orang pelanggan yang sering membeli bouquet di VD_Stuuf.id, peneliti mendapatkan informasi mengenai harga bouquet di VD_Stuff.id sangat murah di banding toko bouquet yang lainnya. Seperti pada hasil wawancara yang peneliti lakukan pada informan.

Wawancara pertama dilakukan oleh Mbak Mayda, yang mana beliau rumah nya bersebelahan dengan rumah usaha VD_Stuuf.id. mbak Mayda

⁸ Dwi, Wawancara, 15 Maret 2024

mengatakan bahwa beliau senang memesan bouquet disana karena pengejaannya api dan harganya murah. Seperti ungkapan mbak Mayda:

Saya lebih senang memesan bouquet di VD_Stuff.id mbak respon penjualnya cepat, pengerjaannya cepat dan harganya pun terjangkau. Saya menjadi pelanggan disini karena dari saya kuliah dulu sampai sekarang ini jika ingin memberikan hadiah untuk teman maupun saudara saya, saya selalu memesan bouquet di sini mbak. Bouquet yang sering saya beli itu jajan dan bunga mbak palingan harganya itu kisaran yang RP.30.000 an. Kalau untuk mewart harga saya belum pernah mbak karena ya menurut saya harganya sudah sangat murah jadi tidak perlu di tawar. Dan untuk apakah saja akan terus memesan bouquet disana itu pasti mbak karena selain harganya murah lokasinya juga dekat rumah saya.⁹

Hal serupa juga dialami oleh Mbak Ratna Dwi Saputri, yang mana mbak Ratna ini merupakan mahasiswa. Mbak Ratna juga berpendapat bahwa harga bouquet di VD_Stuuf.id ini sangat lah murah dibanding toko lainnya.

Saya sering memesan bouquet disana mbak karena temen saya banyak yang sempro dan wisuda, jadi saya memesan di sana karena harganya sangat terjangkau. Saya itu sering membeli bouquet jajan mbak yang harganya hanya Rp. 25.000. Kalau untuk menawar saya tidak pernah mbak ya karena menurut saya harganya sudah pas, malah saya pernah dapat diskon mbak beli disana. Saya juga biasanya untuk mengambil bouquet dengan COD mbak karena ya kampus saya dan lokasi rumah produksi sedikit agak jauh.¹⁰

Beda halnya dengan mbak Putri Khasanah, beliau terbilang beberapa kali memesan bouquet disana sempat juga sekali menawar stok bouquet yang sudah untuk acara mendadak, karena menurut beliau harga bouquet tersebut malah makanya beliau menawar. Padahal pembuatan bouquet tersebut sudah disesuaikan dengan biaya pembuatan dan lain-lain.

⁹ Mayda, Wawancara, 16 Maret 2024

¹⁰ Ratna, Wawancara, 16 Maret 2024

Saya beberapa kali sudah membeli bouquet disana mbak, sekali waktu itu saya menawar bouquetnya mbak, karena menurut saya harga bouquetnya mahal. Dan mbak Dwi juga memberikannya mbak yang semula itu harganya Rp. 40.000 jadi seharga Rp. 35.000, sebenarnya saya menwar Rp.30.000 tetapi kata beliau belum bisa karena sudah dihitung semuanya. Tetapi setelah itu saya juga belum lagi membeli disana mbak.¹¹



¹¹ Putri, Wawancara, 16 Maret 2024

BAB IV
ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA
PADA USAHA HAMPERS VD_STUUF.ID DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM

A. Analisis Mekanisme Penetapan Harga Pada Usaha Hampers VD_Stuuf.id Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menetapkan harga adalah proses atau kegiatan yang dilakukan untuk menentukan nilai atau tarif yang akan dikenakan pada suatu produk atau layanan. Ini melibatkan analisis pasar, biaya produksi, permintaan konsumen, strategi pemasaran, serta tujuan keuntungan yang diinginkan oleh produsen atau penjual. Penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai faktor agar harga yang ditetapkan dapat mencerminkan nilai sebenarnya dari produk atau layanan tersebut, serta memenuhi kebutuhan pasar dan strategi bisnis yang ditetapkan. Ada banyak hal yang perlu diperhatikan saat menetapkan harga jual. Salah satu komponen bauran pemasaran yang sangat fleksibel adalah harga, karena perubahan harga tidak membutuhkan waktu yang lama. Namun, pengadaan produk dan promosi membutuhkan banyak waktu dan biaya. Untuk itu, dalam hal penetapan harga hampers VD_Stuuf.id mempertimbangkan beberapa faktor yaitu

1. Tujuan Perusahaan

Tujuan bisnis sangat jelas: untuk mendorong orang untuk membeli barang dan jasa yang kami produksi dan menggunakannya. Dengan cara ini, produk dan jasa kami dapat beredar, berkembang, dan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat. Dengan adanya tujuan bisnis yang jelas dapat memaksimalkan laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan,

meraih pangsa pasar yang besar. Setiap individu, perusahaan, dan lembaga memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari apa yang telah mereka lakukan dan lakukan, karena pada dasarnya, orang ingin mendapatkan timbal balik yang positif dari apa yang telah mereka lakukan dengan mengeluarkan pikiran, tenaga, dan material, serta waktu.⁶⁷

Hasil wawancara dengan pemilik usaha Hampers VD_Stuuf.id bahwa tujuan perusahaan yaitu untuk memaksimalkan keuntungan yang diperoleh, dengan cara memperbanyak varian bouquet yang dijual dan juga memperbanyak promosi di sosial media. Mbak Dwi juga mengatakan tidak hanya memperoleh laba saja tetapi juga memaksimalkan untuk memenuhi kebutuhan pasar, karena sekarang ini banyak orang yang membutuhkan hadiah yang unik untuk diberikan ke orang spesial mbak.

Menurut teori faktor penetapan harga oleh Agustina dan data diatas bahwa Hampers VD_Stuuf.id sudah melakukan dalam hal memaksimal keuntungan dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Untuk memaksimalkan keuntungan pihak pemilik usaha selalu menjual bouquet yang tepat sasaran dan mengedepankan layanan pada konsumen. Dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat pemilik usaha berusaha melekat trend yang sedang ada, sehingga jika ada trend baru dan bisa untuk dibuat bouquet pemilik usaha akan belajar untuk mengombinasikannya.

⁶⁷ A Shinta. *Manajemen Pemasaran* (Universitas Brawijaya Press, 2011).

2. Biaya

Biaya merujuk pada pengorbanan atau pengeluaran sumber daya yang diperlukan untuk memproduksi atau menyediakan barang atau layanan. Biaya merupakan faktor penting dalam analisis keuangan dan pengambilan keputusan bisnis karena mempengaruhi harga jual, tingkat laba, dan efisiensi operasional suatu bisnis. Dalam pengelolaan keuangan yang baik, kontrol biaya dan pengeluaran merupakan hal yang sangat penting untuk mencapai keberlanjutan dan kesuksesan bisnis. Biaya merupakan faktor utama yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Setiap perusahaan selalu menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel) dan jenis-jenis biaya yang lain (opportunity cost). Perusahaan bergantung pada biaya untuk menentukan jumlah produksi dan jumlah alat yang akan digunakan untuk memproduksi.⁶⁸

Hasil wawancara dengan pemilik usaha hampers VD_Stuuf.id biaya menjadi faktor utama dalam penetapan harga dengan mempertimbangkan biaya operasional dan biaya bahan baku. Mbak Dwi mengungkapkan bahwa mengingat biaya yang dikeluarkan cukup banyak maka semuanya harus diperhitungkan agar mendapat keuntungan yang layak. Selain itu untuk menetapkan harga juga harus melihat bagaimana harga yang ada dipasaran.

⁶⁸ A Shinta. *Manajemen Pemasaran* (Universitas Brawijaya Press, 2011).

Menurut teori faktor penetapan harga oleh Agustina dan data diatas faktor biaya telah diterapkan. Hampers VD_Stuuf.id selalu menggunakan biaya operasional dan biaya bahan baku untuk mempertimbangkan harga, karena terhitung hampers VD_Stuuf.id sangat membutuhkan banyak biaya dalam kedua biaya tersebut. Pada dasarnya, tanpa perhitungan biaya, perusahaan tidak dapat mengetahui apakah bisnisnya menghasilkan laba. Tanpa perhitungan biaya perusahaan tidak dapat mengalokasikan sumber daya ekonomi untuk usaha kedepannya.

Penetapan harga merupakan proses yang dilakukan untuk menentukan besarnya keuntungan yang akan diperoleh atau diterima dari suatu usaha yang dijalankan. Dalam menjalankan usaha penetapan harga menjadi keputusan yang sulit, karena dari penetapan harga tersebut akan berpengaruh dari minat beli masyarakat. Penetapan harga dilakukan untuk menambah besarnya biaya produksi terhadap biaya yang dikeluarkan dan waktu serta tenaga yang dikorbankan dalam memproses barang.⁶⁹ Dalam konsep ekonomi Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar yaitu permintaan dan penawaran. Pertemuan permintaan dan penawaran harus terjadi secara sukarela, tidak ada pihak yang teraniaya atau merasa terpaksa untuk bertransaksi. Dalam literatur Islam, masalah harga diuraikan dalam beberapa terminologi, antara lain *sir al-mitsl* dan *thaman al mitsl qimah al-adl* (harga yang adil).⁷⁰

⁶⁹ Muhammad Ali Fikri dan Adhitya Rehandy Christian. *Pengantar Bisnis*. UAD PRESS, 2021, 153.

⁷⁰ Isnaini Harahap. *Hadis-hadis Ekonomi*. Prenada Media, 2017, 116.

Harga yang adil merujuk pada nilai atau tarif yang dianggap wajar dan sesuai dengan nilai sebenarnya dari suatu produk atau layanan, tanpa menimbulkan kerugian atau ketidakadilan bagi pembeli maupun penjual. Konsep ini sering kali dipertimbangkan dalam konteks ekonomi dan juga dalam perspektif etika atau moral. Dalam konteks ekonomi Islam, harga yang adil juga ditekankan sebagai bagian dari prinsip keadilan ekonomi yang mendasari sistem ekonomi Islam. Hal ini termasuk dalam konsep nilai yang sebenarnya dari suatu produk atau layanan, transparansi dalam penetapan harga, serta menjauhi praktik ribawi atau riba yang merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Dalam perspektif ekonomi Islam, *Equilibrium Price* (harga yang adil) adalah harga yang tidak mengakibatkan dampak buruk bagi para pelaku pasar, baik dari segi penjual maupun pembeli. Harga yang adil adalah harga yang memadai untuk menutupi semua biaya operasional produsen dengan tambahan margin laba yang wajar, sekaligus tidak merugikan pembeli. Jika harga yang terbentuk tidak mampu menutupi biaya produksi atau memberikan margin keuntungan yang cukup rendah, hal tersebut akan berdampak negatif bagi penjual dan produsen. Dalam hal ini Ibnu Taimiyah berpendapat, "Apabila harga yang terbentuk tidak merefleksikan kerelaan masing-masing pihak dan tidak terdapat persentase keuntungan tertentu, hal tersebut akan menyebabkan rusaknya sebuah harga dan dapat merugikan kekayaan manusia."⁷¹

⁷¹ A Mursalin, *Manajemen Pemasaran Islam - Jejak Pustaka*, 2023, 108.

Hasil wawancara bersama dengan Mbak Dwi pemilik usaha hampers VD_Stuuf.id. beliau mengakui bahwa keuntungan yang diambil dalam penjualan bouquet memang kecil. Seperti pada bouquet jajan seharga Rp. 25.000, pemilik usaha disini terhitung hanya mengambil untung Rp. 1000. Dihitung dari bahan baku yang digunakan mengeluarkan biaya hingga Rp. 15.000 dan jajan yang digunakan untuk membuat bouquet keseluruhan mengeluarkan biaya Rp. 9000. Padahal waktu yang dibutuhkan dalam membuat hampers tersebut 15-25 menit. Tetapi tidak semua bouquet Mbak Dwi mengambil keuntungan Rp 1000, ada juga beberapa bouquet yang beliau mengambil keuntungan sedikit besar seperti bouquet bunga dan bouquet boneka dengan mengambil keuntungan sekitar 5.000-10.000. Tetapi dalam tawar menawar harga Mbak Dwi masih memperbolehkannya. Padahal dengan keuntungan yang didapat beliau masih bingung untuk memutar kembali keuntungan tersebut untuk membeli bahan-bahan membuat bouquet. Terkadang keuntungan tersebut tidak bisa *mengcovery* biaya produksi kembali.

Menurut teori Ibnu Taimiyah dan data diatas bahwa telah terjadi sistem ketidakadilan harga dimana pada penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam. Dalam penetapan harga yang tidak adil akan menimbulkan dampak negatif pada salah satu pihak. Hal ini berdampak negatif pada pemilik usaha hampers VD_Stuuf.id, dimana pemilik usaha mendapat keuntungan yang kecil karena untuk memaksimalkan minat beli konsumen. Tetapi dengan keuntungan tersebut VD_Stuuf.id kurang *mengcovery* dalam biaya produksi. Bahkan VD_Stuuf.id masih memeperbolehkan adanya tawar menawar harga

agar memikat pembeli. Harga yang adil adalah harga yang dapat menutupi semua biaya operasional produsen dengan margin laba tertentu, serta tidak merugikan para pembeli.

B. Analisis Dampak Penetapan Harga Tersebut Bagi Penjual Dan Pembeli Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Minat beli merujuk pada keinginan atau ketertarikan seseorang untuk membeli suatu produk atau layanan. Hal ini mencerminkan tingkat keinginan atau niat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk atau layanan tertentu. Dalam konteks pemasaran dan penjualan, memahami minat beli konsumen menjadi sangat penting. Hal ini membantu perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, menargetkan pasar yang tepat, mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, serta meningkatkan pengalaman konsumen agar lebih memuaskan. Minat beli merupakan perilaku dimana konsumen mendapatkan dorongan dari suatu produk yang dilihat untuk dapat memiliki produk tersebut. Tidak ada yang tahu apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen saat membeli sesuatu, tetapi minat beli konsumen selalu ada di dalam diri setiap orang dan menjadi faktor pendorong dalam membuat keputusan pembelian mereka.

Menurut Nulufi & Murwatiningsih (2015) dalam Yosep konsumen yang telah memiliki sikap positif terhadap suatu produk atau merek, artinya konsumen memiliki ketertarikan terhadap suatu produk atau jasa tetapi belum tentu konsumen akan melakukan pembelian produk atau jasa tersebut. Karena

disini konsumen memiliki peran penting dalam keberlangsungan usaha.⁷² Ketertarikan pada konsumen merujuk pada minat atau keinginan yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu produk, layanan, atau merek tertentu. Hal ini mencakup segala hal yang menarik perhatian konsumen dan memicu mereka untuk membeli atau menggunakan produk atau layanan tersebut. Ketertarikan pada konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk, kegunaan, harga, reputasi merek, pengalaman pengguna sebelumnya, promosi, dan preferensi pribadi. Perusahaan dan pemasar sering kali melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk atau layanan mereka, seperti melakukan riset pasar, mengembangkan produk inovatif, memberikan promosi yang menarik, dan membangun citra merek yang positif. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan konsumen, perusahaan dapat lebih efektif dalam menarik dan mempertahankan pelanggan mereka.

Hasil wawancara dengan mbak Dwi selaku pemilik usaha hampes VD_Stuuf.id. Mbak Dwi mengatakan minat beli konsumen di VD_Stuuf.id terus meningkat dibuktikan banyaknya pesanan masuk. Dan juga hasil wawancara bersama ketiga pelanggan VD_Stuuf.id. Mereka mengatakan bahwa akan terus berlangganan bouquet di VD_Stuuf.id karena harganya yang terjangkau dan terbilang murah dibanding toko lain, kualitas bouquet yang bagus, dan pelayanan untuk merespon pesanan pelanggan sangat lah cepat dan ramah.

⁷² Yosef Tonce dan Yoseph Darius. Minat Dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep Dan Studi Kasus). Penerbit Adab, (n.d.), 2022, 14-15.

Menurut teori Nulufi & Murwatiningsih dan data yang ada bahwa VD_Stuuf.id memiliki pelanggan yang banyak. Minat beli yang semakin meningkat, karena harga yang sangat terjangkau, kualitas bouquet yang bagus, dan pelayanan yang maksimal. Konsumen yang memiliki sikap positif terhadap produk ataupun merek, akan memiliki ketertarikan kepada produk tersebut.



BAB V

PENUTUP

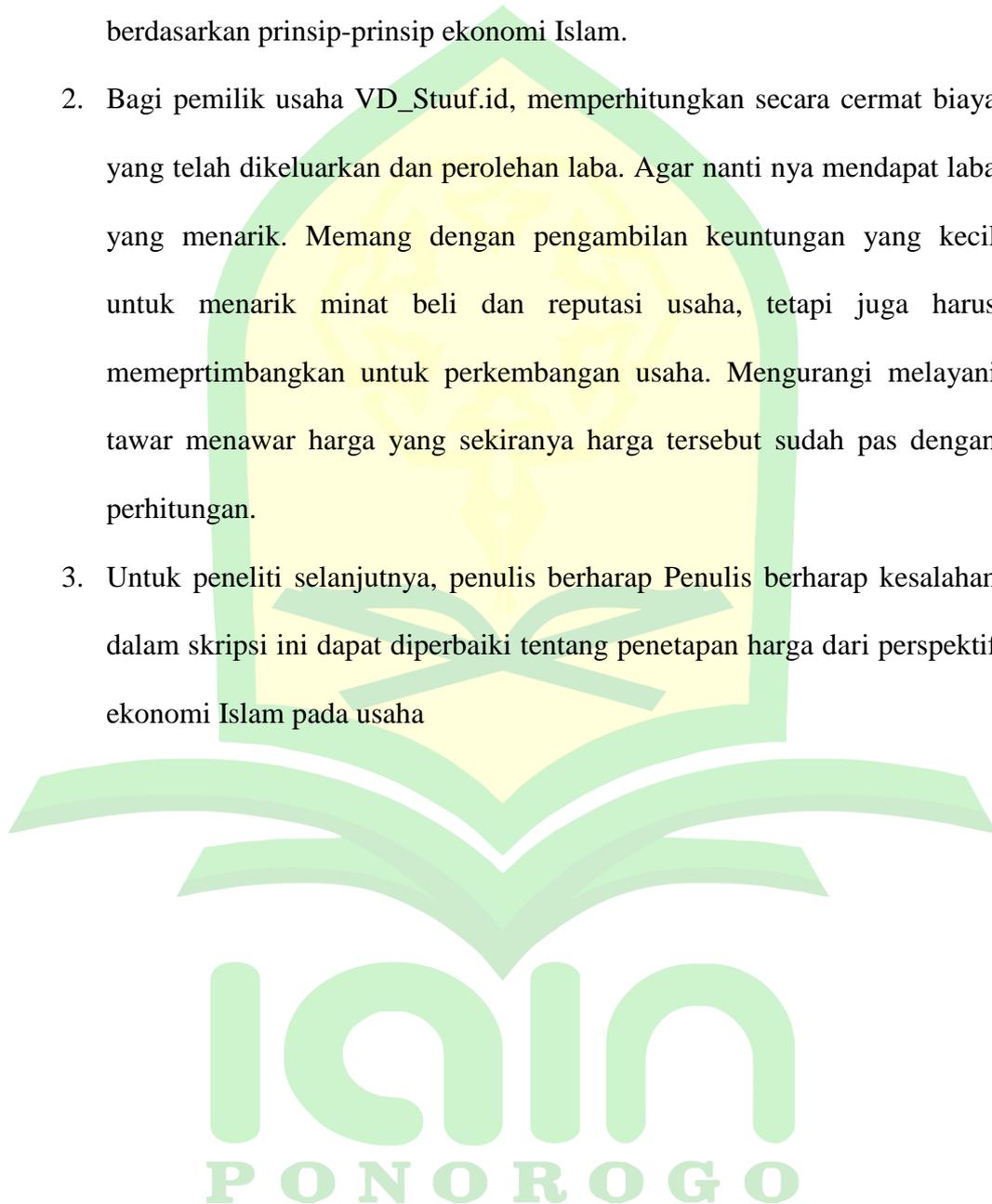
A. Kesimpulan

Dari penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Mekanisme penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam, pada usaha hampers VD_Stuuf.id adanya ketidak adilan. Dimana penetapan harga yang tidak adil akan menimbulkan dampak negatif pada salah satu pihak. Hal ini menjadi dampak negatif pada pemilik usaha hampers VD_Stuuf.id, dimana pemilik usaha mendapat keuntungan yang kecil karena untuk memaksimalkan minat beli konsumen. Tetapi dengan keuntungan tersebut VD_Stuuf.id kurang *mengcovery* dalam biaya produksi. Bahkan VD_Stuuf.id masih memeperbolehkan adanya tawar menawar harga agar memikat pembeli. Harga yang adil adalah harga yang dapat menutupi semua biaya operasional produsen degan margin laba tertentu, serta tidak merugikan para pembeli.
2. Dampak mekanisme penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam, penetapan harga tersebut sah dilakukan menurut perspektif Islam. Berdampak pada minat beli konsumen di VD_Stuuf.id terus meningkat dibuktikan banyaknya pesanan masuk. Dan juga hasil wawancara bersama ketiga pelanggan VD_Stuuf.id. Mereka mengatakan bahwa akan terus berlanggan bouquet di VD_Stuuf.id karena harganya yang terjangkau dan terbilang murah dibanding toko lain, kualitas bouquet yang bagus, dan pelayanan untuk merespon pesanan pelanggan sangat lah cepat dan ramah.

B. Saran

1. Bagi akademis, sebagai bahan kajian ilmiah dan mengaplikasikan secara empiris agar bermanfaat dalam menetapkan mekanisme harga berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam.
2. Bagi pemilik usaha VD_Stuuf.id, memperhitungkan secara cermat biaya yang telah dikeluarkan dan perolehan laba. Agar nantinya mendapat laba yang menarik. Memang dengan pengambilan keuntungan yang kecil untuk menarik minat beli dan reputasi usaha, tetapi juga harus mempertimbangkan untuk perkembangan usaha. Mengurangi melayani tawar menawar harga yang sekiranya harga tersebut sudah pas dengan perhitungan.
3. Untuk peneliti selanjutnya, penulis berharap Penulis berharap kesalahan dalam skripsi ini dapat diperbaiki tentang penetapan harga dari perspektif ekonomi Islam pada usaha



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*, 2021.
- Adiwarman A. Karim., *Ekonomi Islam suatu Kajian Kontemporer*, Gema Insani, Jakarta, 2001.
- Auliya, N H, H Andriani, R A Fardani, J Ustiawaty, E F Utami, D J Sukmana, R R Istiqomah, and H Abadi. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- Nur Chamid. *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Pustaka Pelajar.
- Silverius Y. Soeharso, *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi, 2023.
- Hardani, Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group, 2020).
- Hapsari, R, K Ratnawati, and R Anggraeni. *Entrepreneurial Marketing*. Universitas Brawijaya Press, 2020.
- Majid, A. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Penerbit Aksara Timur, 2017.
- Murdiyanto, Eko. *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*. Yogyakarta Press, 2020.
- Mursalin, A. *Manajemen Pemasaran Islam - Jejak Pustaka*. 01. Jejak Pustaka, n.d.

Pembelajaran, Jurnal, and Pengabdian Masyarakat Volume. "Jurnal Abdimas Berdaya :” 5 (2022).

Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2, Erlangga, Jakarta, 2009.

Reni Ria Armayani Hasibuan, Nurul Jannah, and M E I Angga Syahputra. *EMIS (Ekonomi Mikro Islam)*. Merdeka Kreasi Group, 2022.

JURNAL

Lubaba, Abu, dkk. Strategi Penetapan Harga Kebutuhan Pokok Toko Arafah Cirebon Dalam Konsep Ibnu Taimiyah. *Ecopreneur : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3 (2023).

Ahmad, and Muslimah. "Memahami Teknik Pengolahan Dan Analisis Data Kualitatif." *Proceedings* 1, no. 1 (2021).

Asrin, A, and R Amelia. "Tinjauan Hukum Muamalah (Jual Beli) Terhadap Perbedaan Harga Jual Ikan Di Pasar Desa Melayu Kecamatan Lambu." *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2019.

Azizah, Mabarroh. "Harga Yang Adil Dalam Mekanisme Pasar Dan Peran Pemerintah Dalam Perspektif Islam." *Unisia* 34, no. 76 (2012).

Dita Amanah, dkk. Strategi pengembangan usaha hamper "kasih kamu" bandung. *Jurnal Abdimas Berdaya :5* (2022).

Journal, Email, Cirebon Dalam, and Konsep Ibnu. "Ecopreneur : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam” 3 (2023).

Machrus, Ali, Khusnul Asma, Nur Laila, Imas Munawaroh, and Ita Yunita.

“Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Penetapan Harga Keseimbangan Pasar Berdasarkan Pemikiran Ibnu Khaldun Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Islam Syaikhona Kholil Sidogiri Pasuruan Status Kabupaten Bangil Pun Dilebur Menjadi Kecamatan Yang Ikut Kedalam Wila” 03, no. 01 (2023).

Mukaromah, Haniatul, and Fitra Rizal. “Relevansi Pemikiran Ekonomi Islam Abu Yusuf Dengan Mekanisme Pasar Modern.” *Journal of Islamic Economics and Philanthropy* 4, no. 01 (2021).

Rijali, Ahmad. “Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin” 17, no. 33 (2018).

Rusandi, and Muhammad Rusli. “Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus.” *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 2, no. 1 (2021).

SKRIPSI

Agustra, “*Penetapan Harga Jual Pada Boefet Martabak Kubang Wadesta Bandar Buat*” Skripsi Oleh: Agusta Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, 2022.

Hardiansyah, Muhammad, “*Mekanisme Penetapan Harga Pakaian Bekas Di Pasar Senggol Kota Parepare (Analisis Ekonomi Syariah)*” Skripsi diajukan oleh: Muhammad Hardiansyah mahasiswa fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2020.

Jalawida, Sza Sza, *Pentapan Harga Terhadap Jual Beli Makanan Dengan Sistem Prasmanan Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Di Rumah Makan Ma' Cik Ana Gunung Sugih Lampung Tengah)* Skripsi Diajukan Oleh: Szasza Jalawida Mahasiswa Fakultas Syariah Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2019.

Riyanty, Slamet, Feni, *“Strategi Penetapan Harga Pada Pedagang Sembako Dalam Perspektif Ekonomi Islam”* Skripsi diajukan oleh: Feni Slamet Riyanty mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022.

Salwah. *“Mekanisme Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Jeruk Di Padanglampe Kabupaten Pangkep),”* 2019, xviii.

Shinta, A, and U B Press. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press, 2011.

Strategi Penetapan Harga Produk Barang Pada Daya Beli Konsumen, Efektifitas, Studi Literature Teguh Setiawan Wibowo, Muhammad Asir, Muh Abduh Anwar, Elyzabeth Wijaya, Stie Mahardhika, I Makassar, et al. *“Product Pricing Strategy On Consumer Purchasing Power: A Literature Study.”* *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3, no. 5 (2022).

Taufik, Afif Izam. *“Penentuan Harga Dan Bsnis Islam”* 8, no. 30 (2023): 697–715.

Ula, Nazratul. *Jual Beli Handphone Di Peunayong Ditinjau Menurut Hukum Islam Skripsi Diajukan Oleh : Nazratul Ula Mahasiswa Fakultas Syari ' Ah Dan Hukum Program Studi Hukum Ekonomi Syari ' Ah Fakultas Syari ' Ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2, 2020.*

Wulandari, Nila. "Relevansi Pemikiran Ibnu Khaldun Tentang Mekanisme," 2021.

Yolandari, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Penjualan Batu Bata Di Desa Sinar Pagi Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur Skripsi Diajukan Oleh: Yolandari Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2019.*

WAWANCARA

Dwi Ratna Sari. Wawancara. 15 Maret 2024.

Mayda Eka. Wawancara. 16 Maret 2024.

Ratna Dwi Saputri. Wawancara. 16 Maret 2024.

Putri Khasanah. Wawancara. 16 Maret 2024.

Yeni. Observasi. 15-16 Maret 2024.