SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS
Vol. 5 No. 3 September 2025
E-ISSN : 2797-8842
P-ISSN : 2797-9431
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/social

MEKANISME PENETAPAN HARGA JUAL DAN JASA DALAM PERSPEKTIF PRINSIP EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS FOTOCOPY DAN PERCETAKAN DORO WONTU KELURAHAN JATIBARU KECAMATAN ASAKOTA)

Arif rahman[1], Ichwan[2] , Rafiudin[3]
Universitas Muhammadiyah Bima[1,2,3]
Email : ariff27222@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penerapan prinsip ekonomi Islam, seperti keadilan, transparansi, dan kerelaan, dalam praktik bisnis sehari-hari. Adanya kesenjangan antara konsep ideal tersebut dengan realitas di lapangan mendorong perlunya evaluasi, khususnya pada usaha mikro. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk menganalisis mekanisme penetapan harga jual dan jasa di Fotocopy dan Percetakan Doro Wontu, serta meninjaunya dari perspektif prinsip ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan normatif, di mana data dikumpulkan melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan pemilik, karyawan, serta pelanggan. Temuan utama menunjukkan bahwa mekanisme penetapan harga yang diterapkan belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah. Praktik seperti pembulatan harga yang tidak konsisten dan penentuan harga jasa secara subjektif setelah pekerjaan selesai—tanpa kesepakatan awal—mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*) yang berpotensi merugikan konsumen. Meskipun pelanggan secara umum merasa puas dengan pelayanan, praktik penetapan harga ini tidak transparan. Disimpulkan bahwa perlu adanya perbaikan melalui penetapan daftar harga yang jelas, kesepakatan harga sebelum transaksi, dan edukasi kepada pelaku usaha mengenai pentingnya prinsip keadilan dan transparansi untuk meningkatkan kepercayaan dan keberkahan usaha.
Kata Kunci : *Mekanisme Penetapan Harga, Ekonomi Islam, Keadilan Harga*

ABSTRACT

This research is motivated by the importance of implementing Islamic economic principles, such as fairness, transparency, and willingness, in daily business practices. The gap between these ideal concepts and the reality on the ground necessitates evaluation, particularly for micro-enterprises. Therefore, this study focuses on analyzing the pricing mechanisms for sales and services at Doro Wontu Photocopy and Printing, reviewing them from the perspective of Islamic economic principles. This research employed a qualitative method with a normative approach, collecting data through direct observation and in-depth interviews with the owner, employees, and customers. The main findings indicate that the pricing mechanisms implemented are not fully compliant with Sharia principles. Practices such as inconsistent price rounding and subjectively determining service prices after the job is completed—without prior agreement—contain elements of uncertainty (gharar) that have the potential to harm consumers. Although customers are generally satisfied with the service, these pricing practices are not transparent. It is concluded that improvements are needed through establishing a clear price list, agreeing on prices before transactions, and educating business owners about the importance of the principles of fairness and transparency to increase trust and business success.
Keywords: *Pricing Mechanism, Islamic Economics, Price Justice*

Copyright (c) 2025 SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS

SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS
Vol. 5 No. 3 September 2025
E-ISSN : 2797-8842
P-ISSN : 2797-9431
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/social

PENDAHULUAN

Bisnis secara fundamental merupakan sebuah kegiatan terorganisasi yang bertujuan untuk menciptakan dan mendistribusikan barang serta jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat demi memperoleh keuntungan atau *profit*. Konsep ini ditegaskan oleh para ahli, di mana bisnis dipandang sebagai usaha terpadu dari individu-individu untuk memproduksi dan menjual barang atau jasa demi memuaskan kebutuhan sosial seraya menghasilkan laba (Hughes & Kapoor dalam Haratua et al., 2025). Definisi ini menggarisbawahi bahwa inti dari aktivitas bisnis tidak hanya terletak pada transaksi jual beli semata, melainkan juga pada adanya sebuah sistem dan struktur yang terorganisasi. Dalam lingkup yang lebih luas, istilah *business* mencakup seluruh upaya yang berlangsung di dalam suatu masyarakat atau industri spesifik untuk mencapai tujuan komersial tersebut. Keberhasilan suatu entitas bisnis sering kali diukur dari kemampuannya untuk beradaptasi dengan dinamika pasar, mengelola sumber daya secara efisien, serta secara konsisten memenuhi ekspektasi konsumen, yang pada akhirnya akan bermuara pada keberlanjutan dan pertumbuhan usaha dalam jangka panjang di tengah persaingan yang kompetitif (Gunawan et al., 2025; Suhardi, 2023).

Namun, dalam kerangka ajaran Islam, orientasi kegiatan bisnis tidak semata-mata terfokus pada akumulasi keuntungan material. Islam memberikan dimensi spiritual dan etis yang mendalam, di mana aktivitas ekonomi harus berlandaskan pada implementasi *akhlak mulia*. Ekonomi Islam secara tegas memposisikan nilai-nilai keimanan (*iman*) dan moralitas sebagai fondasi utama bagi setiap pelaku ekonomi, baik dalam perannya sebagai produsen, distributor, maupun konsumen. Prinsip ini mengubah paradigma bisnis dari sekadar aktivitas duniawi menjadi sebuah bentuk ibadah yang bernilai di hadapan Tuhan, asalkan dijalankan sesuai dengan koridor syariat. Dengan demikian, setiap keputusan bisnis, mulai dari proses produksi, penentuan harga, hingga strategi pemasaran, idealnya harus mencerminkan nilai-nilai luhur seperti kejujuran, amanah, dan keadilan. Tujuannya adalah untuk mencapai kesejahteraan yang seimbang (*falah*), yang tidak hanya mencakup keuntungan finansial, tetapi juga keberkahan dan kemaslahatan bagi seluruh umat manusia, menciptakan sebuah ekosistem ekonomi yang adil dan beretika (Khoirunnisa & Saelangi, 2022).

Prinsip-prinsip *syariah* dalam perdagangan menetapkan batasan-batasan yang jelas untuk memastikan bahwa setiap transaksi berjalan secara adil dan transparan. Islam secara eksplisit melarang praktik-praktik yang dapat merugikan salah satu pihak, seperti pengambilan keuntungan yang berlebihan (*ghabn fahisy*), penipuan, serta segala bentuk ketidakjujuran dalam takaran, kualitas, maupun informasi produk. Keadilan (*'adl*) dan kejujuran menjadi pilar utama yang harus ditegakkan dalam setiap kegiatan ekonomi. Selain itu, konsep kerelaan atau saling rida (*'an taradhin minkum*) antara penjual dan pembeli menjadi syarat sahnya sebuah transaksi, yang mengindikasikan bahwa tidak boleh ada unsur paksaan, tekanan, atau eksploitasi. Adanya larangan terhadap praktik spekulatif yang mengandung ketidakpastian tinggi (*gharar*) dan bunga (*riba*) juga bertujuan untuk melindungi stabilitas ekonomi dan mencegah terjadinya ketidakadilan sosial. Dengan demikian, sistem ekonomi Islam dirancang untuk menciptakan lingkungan bisnis yang sehat, di mana keuntungan diperoleh melalui cara-cara yang etis dan bertanggung jawab (Asiyah et al., 2020; Guntoro & Ahmad, 2022; Muhammad, 2020).

Seiring dengan kemajuan teknologi dan globalisasi, lanskap kegiatan jual beli telah mengalami transformasi yang signifikan. Perkembangan ini tidak hanya terlihat dari munculnya platform perdagangan digital seperti *online shop*, tetapi juga dari evolusi tempat berlangsungnya transaksi itu sendiri. Pasar-pasar tradisional kini bersanding dengan berbagai format pasar modern, seperti menjamurnya *minimarket*, *supermarket*, pertokoan modern, hingga *hypermart* di seluruh Indonesia. Di tengah dinamika persaingan ini, muncul berbagai pelaku usaha, termasuk usaha mikro seperti Fotocopy dan Percetakan Ammey, yang turut

Copyright (c) 2025 SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS

SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS
Vol. 5 No. 3 September 2025
E-ISSN : 2797-8842
P-ISSN : 2797-9431
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/social

berjuang untuk mempertahankan eksistensinya. Namun, ketatnya kompetisi sering kali mendorong sebagian pelaku usaha untuk menempuh berbagai cara demi memaksimalkan laba dan memenangkan persaingan pasar. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran karena tidak jarang cara-cara yang digunakan tersebut bertentangan dengan prinsip-prinsip *syariah* yang seharusnya menjadi panduan dalam setiap aktivitas ekonomi seorang muslim (Fadli et al., 2025).

Dalam interaksi ekonomi, kepentingan yang sering kali berbeda antara produsen dan konsumen meniscayakan adanya sebuah sistem harga yang adil sebagai penengah. Harga pasar yang ideal adalah harga yang terbentuk secara alamiah melalui interaksi kekuatan penawaran dan permintaan, yang disepakati oleh kedua belah pihak tanpa adanya distorsi. Penetapan harga, di sisi lain, merujuk pada suatu ketetapan nilai yang ditentukan oleh pihak yang memiliki otoritas, baik itu penjual, produsen, maupun regulator. Agar sebuah harga dapat diterima dan berlaku secara umum, ia harus didasarkan pada kesepakatan yang transparan dan tidak merugikan. Konsep harga yang adil menjadi krusial karena ia tidak hanya merefleksikan nilai intrinsik suatu barang atau jasa, tetapi juga mencerminkan prinsip keadilan dan keseimbangan dalam distribusi sumber daya. Tanpa mekanisme harga yang adil, pasar rentan terhadap praktik eksploitatif yang dapat merusak kepercayaan dan harmoni sosial di antara para pelaku ekonomi (Suhaila et al., 2025; Taufiq, 2024).

Cendekiawan Muslim, Ibnu Taimiyah, memberikan pandangan yang mendalam mengenai konsep harga yang adil, yang ia sebut sebagai harga sepadan atau *'iwad al-mithl*. Menurutnya, harga yang adil adalah nilai kompensasi yang setara untuk suatu barang atau jasa pada waktu dan tempat transaksi tersebut terjadi. Keadilan yang ditekankan oleh Ibnu Taimiyah berpusat pada prinsip fundamental untuk tidak menyakiti (*la darar*) dan tidak merugikan (*la dirar*) pihak lain. Dengan tercapainya harga yang adil, baik penjual maupun pembeli akan sama-sama merasakan kepuasan dan tidak ada satu pihak pun yang merasa dieksploitasi atau terzalimi. Konsep ini melampaui sekadar angka nominal, karena ia mencakup dimensi etis yang memastikan bahwa proses transaksi berlangsung atas dasar kerelaan, kejujuran, dan transparansi. Pandangan Ibnu Taimiyah ini memberikan landasan teoretis yang kuat untuk mengevaluasi apakah suatu mekanisme penetapan harga dalam praktik bisnis modern telah sejalan dengan nilai-nilai keadilan dalam ekonomi Islam (Humaidi & Muchtar, 2020).

Kesenjangan antara konsep ideal tersebut dengan kenyataan di lapangan menjadi fokus utama penelitian ini. Berdasarkan observasi awal, ditemukan bahwa mekanisme penetapan harga pada Fotocopy dan Percetakan Doro Wontu di Kelurahan Jatibaru belum sepenuhnya selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi *syariah*. Terdapat praktik ketidakjelasan harga, seperti pembulatan nominal yang tidak konsisten; misalnya, biaya fotokopi tiga lembar sebesar Rp 600 dibulatkan menjadi Rp 1.000, namun biaya enam lembar sebesar Rp 1.200 juga dibulatkan menjadi Rp 1.000. Selain itu, harga jasa seperti rental komputer atau penjilidan sering kali ditentukan secara subjektif berdasarkan tingkat kesulitan tanpa adanya kesepakatan harga di awal dengan pelanggan. Praktik semacam ini mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*) dan berpotensi merugikan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dianggap penting untuk menganalisis secara mendalam mekanisme penetapan harga tersebut dengan judul: "Mekanisme Penetapan Harga Jual dan Jasa dalam Perspektif Prinsip Ekonomi Islam (Studi Kasus Fotocopy dan Percetakan Doro Wontu, Kelurahan Jatibaru, Kecamatan Asakota)".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi metode penelitian kualitatif yang dilaksanakan dalam latar alamiah untuk menafsirkan fenomena penetapan harga yang terjadi di lapangan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam konteks sosial dan interaksi yang

Copyright (c) 2025 SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS

SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS
Vol. 5 No. 3 September 2025
E-ISSN : 2797-8842
P-ISSN : 2797-9431
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/social

membentuk mekanisme harga melalui pelibatan berbagai metode pengumpulan data yang relevan. Secara spesifik, penelitian ini menggunakan pendekatan normatif, di mana seluruh data empiris yang terkumpul dari lapangan akan dianalisis dan dihubungkan secara kritis dengan kerangka prinsip-prinsip ekonomi Islam. Landasan utama yang menjadi tolok ukur dalam pembahasan adalah sumber-sumber hukum Islam, yaitu Al-Qur'an dan Hadis, yang diperkaya dengan interpretasi serta pendapat para ulama yang kompeten di bidangnya. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan praktik bisnis yang ada, tetapi juga mengevaluasinya berdasarkan perspektif syariah. Tujuannya adalah untuk memberikan sebuah penafsiran yang komprehensif terhadap fenomena penetapan harga, dengan menjadikan nilai-nilai ekonomi Islam sebagai standar acuan utama dalam menganalisis data yang diperoleh dari situasi yang alamiah dan tanpa rekayasa dari peneliti, sehingga menghasilkan pemahaman yang holistik dan berlandaskan pada fondasi normatif yang kuat.

Objek yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah praktik usaha yang dijalankan oleh Fotocopy dan Percetakan Doro Wontu, sebuah entitas bisnis yang berlokasi di Kelurahan Jatibaru, Kecamatan Asakota, Kota Bima. Usaha ini menyediakan serangkaian layanan yang beragam, mencakup jasa fotokopi, pencetakan dokumen, cetak foto, hingga operasional sebuah studio foto. Pemilihan lokasi dan objek ini didasari oleh tujuan penelitian yang spesifik, yaitu untuk mengungkap dan menganalisis secara mendalam mekanisme yang digunakan oleh manajemen dalam menetapkan harga jual untuk produk barang dan jasanya. Lebih lanjut, alasan fundamental pemilihan subjek ini adalah untuk melakukan tinjauan kritis dari perspektif ekonomi Islam terhadap mekanisme penetapan harga yang diterapkan. Dengan kata lain, penelitian ini memiliki dua agenda utama: pertama, membedah secara empiris bagaimana harga ditentukan dalam operasional harian Fotocopy dan Percetakan Doro Wontu; dan kedua, mengevaluasi kesesuaian mekanisme tersebut dengan prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan larangan praktik eksploitatif sebagaimana yang diatur dalam kerangka ekonomi syariah, sehingga memberikan gambaran utuh antara praktik di lapangan dengan kaidah normatif Islam.

Untuk memperoleh data yang kaya dan mendalam, penelitian ini menerapkan dua teknik pengumpulan data utama, yaitu observasi dan wawancara. Teknik observasi dilakukan secara terencana dan sistematis melalui pengamatan langsung di lokasi penelitian. Peneliti datang ke Fotocopy dan Percetakan Doro Wontu untuk mengamati secara cermat alur kerja karyawan, interaksi mereka dengan pelanggan, dan yang terpenting, proses aktual saat mereka menentukan dan menyampaikan harga kepada konsumen. Selain itu, teknik wawancara mendalam (*interview*) digunakan untuk menggali informasi dan makna yang lebih substantif. Wawancara ini dirancang sebagai sebuah pertemuan interaktif untuk bertukar informasi dan ide melalui sesi tanya jawab yang terstruktur namun fleksibel. Informan kunci yang dilibatkan dalam proses wawancara mencakup berbagai pihak untuk mendapatkan perspektif yang beragam, yakni pemilik usaha untuk memahami kebijakan dan filosofi bisnisnya, para karyawan sebagai pelaksana teknis di lapangan, serta beberapa pelanggan untuk mendapatkan pandangan dari sisi konsumen. Kombinasi kedua teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengkonstruksikan makna secara komprehensif mengenai topik yang diteliti dan melakukan triangulasi data untuk meningkatkan validitas temuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. **Mekanisme penetapan harga Jual dan jasa pada Fotocopy dan Percetakan Doro Wontu Jatibaru Kecamatan Asakota**

Copyright (c) 2025 SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS

SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS
Vol. 5 No. 3 September 2025
E-ISSN : 2797-8842
P-ISSN : 2797-9431
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/social

Mekanisme harga dalam ekonomi konvensional merupakan hasil interaksi antara jumlah permintaan dan jumlah penawaran, dimana harga dicapai pada titik keseimbangan pasar, secara grafik, harga keseimbangan merupakan titik temu antara kurva permintaan dengan kurva penawaran. Perubahan harga berdasarkan mekanisme penawaran dan permintaan tersebut dapat mengakibatkan untung atau rugi bagi pelaku pasar, baik penjual maupun pembeli. Harga sebagai hasil interaksi permintaan dan penawaran secara normatif merupakan harga yang efisien. Hal ini dapat terjadi jika pelaku pasar mempunyai kekuatan yang seimbang, baik kekuatan keuangan, penguasaan barang, pemahaman informasi, dan lain- lain. Namun pada kenyataannya, kekuatan para pelaku pasar tidak pernah terjadi. Dalam kondisi demikian, para pelaku pasar yang mempunyai kekuatan lebih akan dapat mempermainkan harga, sehingga posisi pelaku yang mempunyai kekuatan berlebih akan selalu diuntungkan, dan bisa memakan pelaku pasar yang lemah kekuatannya. Singkatnya, mekanisme penentuan harga jual dalam ekonomi konvensional bertujuan untuk meningkatkan kekayaan atau memaksimalkan laba.Asumsi dasar dalam mekanisme ini adalah kepentingan diri sendiri lebih diutamakan, serta penjual dan pembeli memiliki sumber daya untuk mencapai kepentingannya masing-masing. Sedangkan mekanisme penentuan harga jual ditentukan oleh tawar menawar berdasarkan kemampuan berargumentasi dan kekuatan masing-masing.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di Fotocopy dan Percetakan Doro Wontu Kelurahan Jatibaru Kecamatan Asakota, diperoleh gambaran yang cukup jelas mengenai bentuk layanan, cara penetapan harga, serta tanggapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Usaha ini melayani berbagai kebutuhan masyarakat seperti fotocopy, percetakan, cetak foto, penjilidan, pengetikan, penjualan ATK, hingga jasa isi pulsa. Dalam praktiknya, sistem harga yang diterapkan belum sepenuhnya terstandarisasi. Penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan modal, harga pasaran, serta kebijakan pemilik usaha. Namun, ditemukan adanya praktik pembulatan harga dan perbedaan tarif pada pelanggan tertentu, yang menimbulkan persepsi beragam di kalangan konsumen. Hasil observasi menunjukkan bahwa layanan yang tersedia sudah cukup beragam dan banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Adapun detail harga berdasarkan pengamatan adalah sebagai berikut:

a. Fotocopy dikenakan biaya Rp500 per lembar, namun untuk jumlah sedikit sering dibulatkan, misalnya 3 lembar menjadi Rp1.000.
b. Print hitam putih dikenakan tarif Rp1.000 per lembar, sedangkan print berwarna berkisar antara Rp2.000–Rp5.000 tergantung kualitas hasil cetakan.
c. Jasa jilid dokumen dihargai antara Rp5.000–Rp15.000, menyesuaikan dengan ketebalan dokumen.
d. Cetak foto ukuran 4x6 Rp2.000 per lembar, sedangkan ukuran lebih besar mulai dari Rp5.000 hingga Rp25.000.
e. Untuk jasa isi pulsa, dikenakan tambahan biaya administrasi sebesar Rp1.000–Rp2.000 tergantung nominal.

Sedangkan Hasil wawancara menunjukkan bahwa penentuan harga dilakukan berdasarkan beberapa faktor utama.

a. Pemilik menyatakan harga ditetapkan dengan memperhitungkan modal, harga pasaran, serta tingkat kesulitan pekerjaan.
b. Adanya kebiasaan membulatkan harga untuk memudahkan perhitungan, terutama pada transaksi kecil.
c. Diskon atau potongan harga diberikan kepada pelanggan tetap, khususnya mahasiswa atau langganan yang sering menggunakan jasa.

Kemudian dengan pelanggan Pelanggan memberikan tanggapan yang beragam terhadap pelayanan maupun sistem harga di percetakan tersebut. Sebagian pelanggan mengungkapkan

Copyright (c) 2025 SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS

SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS
Vol. 5 No. 3 September 2025
E-ISSN : 2797-8842
P-ISSN : 2797-9431
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/social

bahwa mereka merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh usaha percetakan ini. Kepuasan tersebut muncul karena pelayanan yang relatif cepat, hasil cetakan yang sesuai dengan harapan, serta adanya sikap ramah dari karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa dari aspek pelayanan, usaha percetakan ini telah mampu memberikan kenyamanan dan membangun hubungan yang baik dengan sebagian pelanggannya, sehingga menumbuhkan rasa percaya serta loyalitas untuk kembali menggunakan jasa yang sama.

Meskipun demikian, tidak semua pelanggan memiliki pengalaman yang sama. Beberapa pelanggan merasa kurang nyaman karena adanya perbedaan harga antar pelanggan yang dianggap tidak konsisten. Ketidaksesuaian ini memunculkan kesan bahwa sistem penetapan harga belum sepenuhnya transparan, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakpuasan bahkan keraguan dalam menggunakan jasa. Beberapa pelanggan kemudian mengusulkan agar pemilik usaha menyediakan daftar harga tertulis yang ditempel di tempat usaha, sehingga setiap konsumen dapat mengetahui harga dengan jelas tanpa adanya perbedaan. Transparansi harga ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta menciptakan keadilan dalam transaksi. Di sisi lain, terdapat juga pelanggan yang tetap memilih percetakan ini dibandingkan tempat lain karena beberapa keunggulan yang dimilikinya. Lokasi usaha yang strategis membuat pelanggan lebih mudah mengakses layanan, harga yang ditawarkan relatif lebih murah dibandingkan percetakan sejenis, serta adanya pelayanan tambahan seperti pengisian pulsa menambah nilai lebih bagi konsumen. Faktor-faktor ini menjadi daya tarik tersendiri yang membuat percetakan tetap memiliki pelanggan setia, meskipun masih terdapat beberapa catatan terkait transparansi harga yang perlu diperbaiki agar kepuasan pelanggan semakin meningkat secara menyeluruh.

2. **Tinjauan ekonomi Islam terhadap mekanisme penetapan harga Jual dan jasa pada Fotocopy dan Percetakan Doro Wontu tersebut.**

Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran jasa karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha atau bisnis. Keputusan penentuan harga juga sangat signifikan di dalam penentuan nilai atau manfaat yang dapat diberikan kepada pelanggan dan memainkan peranan penting dalam gambaran kualitas jasa. Strategi penentuan tarif dalam perusahaan jasa dapat menggunakan penentuan tarif premium pada saat permintaan tinggi dan tarif diskon pada saat permintaan menurun. Dalam menetapkan harga perusahaan akan lebih mempertimbangkan pasar (*market-based pricing*), sementara yang lain akan mempertimbangkan biaya produksi (*cost-based pricing*). Meskipun cara menetukan harga yang dipakai setiap perusahaan itu sama, yaitu didasarkan pada biaya, persaingan, permintaan, dan laba, tetapi kombinasi utama dari faktor-faktor tersebut berbeda sesuai dengan sifat produk, pasarnya, dan tujuan perusahaan.

Dalam perspektif ekonomi Islam kesepakatan terjadinya permintaan dan penawaran, haruslah terjadi secara sukarela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa dalam melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. *Equilibrium Price* (harga yang adil) dalam perspektif ekonomi Islam adalah harga yang tidak menimbulkan dampak kerugian bagi para pelaku pasar, baik dari sisi penjual maupun pembeli, harga yang adil adalah yang dapat menutupi semua biaya operasional produsen dengan tingkat laba tertentu, serta tidak merugikan para pembeli.

Harga tidak dapat dikatakan adil apabila harga tersebut terlalu rendah, sehingga penjual atau produsen tidak dapat menutupi atas biayabiaya yang telah dikeluarkan, sebaliknya harga tidak boleh terlalu tinggi, karena akan berdampak pada daya beli pembeli dan konsumen. Pada dasarnya, penentuan harga sebuah komoditas berdasarkan atas asa kebebasan, harga yang terbentuk merupakan hasil asas pertemuan antara permintaan dan penawaran, dan harga yang ditetapkan harus bersandarkan prinsip keadilan bagi semua pihak dan tidak diperbolehkan adanya pihak yang dirugikan. Jadi harga yang adil adalah harga yang dapat menutupi atas biaya-

Copyright (c) 2025 SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS

SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS
Vol. 5 No. 3 September 2025
E-ISSN : 2797-8842
P-ISSN : 2797-9431
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/social

biaya yang telah dikeluarkan oleh penjual/produsen dan harga dapat dikatakan adil apabila tidak terlalu tinggi atau sesuai dengan daya beli pembeli dan konsumen.

Analisa terhadap harga: Harga merupakan petunjuk bagi produsen untuk mengalokasikan sumber-sumber ekonomi yang di miliki. Demikian juga konsumen, harga merupakan petunjuk bagi mereka untuk mengalokasikan pendapatnya pada berbagai jenis barang yang di perlukan sehingga manfaat pendapatanya untuk memenuhi kebutuhanya memperoleh manfaat yang maksimum. Harga yang di berikan oleh foto copy dan percetakan doro wontu di keluarahan jatibaru, ditemukan bahwa mekanisme penetapan harga yang diterapkan belum sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, karna dalam praktiknya harga yang diberikan tidak konsisten sehingga tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan transparansi dalam ekonomi syariah.

Pembahasan

Penelitian ini menyajikan analisis mendalam terhadap mekanisme penetapan harga pada sebuah usaha fotokopi dan percetakan, menyoroti adanya benturan antara praktik bisnis konvensional yang pragmatis dengan prinsip-prinsip etika ekonomi Islam. Temuan utama menunjukkan bahwa Fotocopy Doro Wontu menerapkan strategi harga hibrida yang mempertimbangkan biaya, kondisi pasar, dan kebijakan subjektif pemilik. Meskipun strategi ini berhasil mempertahankan basis pelanggan melalui layanan yang memuaskan dan harga yang kompetitif, praktik penetapan harga yang tidak konsisten dan kurang transparan menjadi titik kritis. Adanya praktik pembulatan harga dan diskriminasi tarif antar pelanggan menimbulkan persepsi ganda di kalangan konsumen. Dari perspektif ekonomi Islam, praktik-praktik ini secara signifikan menyimpang dari pilar utama keadilan (*'adl*) dan kerelaan (*'an tarāḍin minkum*) yang didasarkan pada kejelasan (Abidillah, 2019). Dengan demikian, diskusi ini akan mengupas dikotomi antara keberhasilan operasional sebuah usaha dan kesesuaiannya dengan kerangka etika syariah.

Dilihat dari sudut pandang ekonomi konvensional, strategi penetapan harga yang diterapkan oleh Fotocopy Doro Wontu dapat dianggap rasional dan adaptif untuk lingkungan usaha kecil. Pemilik secara cermat memadukan pendekatan *cost-based pricing* dengan memperhitungkan modal, dan *market-based pricing* dengan memantau harga pesaing di pasaran. Selain itu, adanya unsur *value-based pricing* terlihat dari penyesuaian harga berdasarkan tingkat kesulitan pekerjaan. Praktik memberikan diskon kepada pelanggan tetap merupakan taktik pemasaran relasional yang standar, bertujuan untuk meningkatkan loyalitas dan memastikan arus pendapatan yang stabil. Pembulatan harga, meskipun problematis dari segi transparansi, dapat dilihat sebagai upaya efisiensi transaksional dalam skala kecil. Secara keseluruhan, mekanisme ini mencerminkan tujuan utama bisnis konvensional, yaitu memaksimalkan laba dan menjaga keberlangsungan usaha dalam sebuah pasar yang kompetitif melalui fleksibilitas harga dan manajemen hubungan pelanggan (Martin et al., 2020; Neussner et al., 2021).

Respons pelanggan yang terbelah menjadi dua kutub merupakan temuan yang sangat menarik. Di satu sisi, bisnis ini berhasil membangun kepuasan melalui atribut layanan inti seperti kecepatan, kualitas hasil, lokasi strategis, dan keramahan staf. Faktor-faktor ini menciptakan nilai yang dirasakan (*perceived value*) yang kuat, sehingga banyak pelanggan yang tetap setia meskipun menyadari adanya inkonsistensi harga. Namun, di sisi lain, muncul ketidaknyamanan yang signifikan akibat kurangnya transparansi dan standarisasi harga. Keluhan mengenai perbedaan tarif menunjukkan adanya pelanggaran terhadap rasa keadilan prosedural di antara konsumen. Permintaan pelanggan agar dipasang daftar harga yang jelas merupakan sebuah masukan krusial, yang mengindikasikan adanya kebutuhan mendesak akan transparansi untuk membangun kepercayaan (*trust*). Hal ini menyoroti bahwa dalam jangka

Copyright (c) 2025 SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS

SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS
Vol. 5 No. 3 September 2025
E-ISSN : 2797-8842
P-ISSN : 2797-9431
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/social

panjang, reputasi sebuah bisnis tidak hanya dibangun di atas kualitas produk, tetapi juga di atas persepsi keadilan dalam bertransaksi (Julianti & Frinaldi, 2025; Waliyulloh & Hasibuan, 2023).

Ketika dianalisis melalui kerangka ekonomi Islam, praktik penetapan harga di Fotocopy Doro Wontu menunjukkan beberapa ketidaksesuaian yang fundamental. Prinsip utama dalam transaksi syariah adalah terjadinya kesepakatan secara sukarela berdasarkan informasi yang jelas, menghindari adanya ketidakpastian atau *gharar*. Praktik pembulatan harga yang arbitrer dan penetapan tarif yang berbeda untuk pelanggan dengan layanan yang sama, tanpa kriteria yang jelas, berpotensi menciptakan unsur ketidakjelasan ini dan mencederai prinsip keadilan (*'adl*). Harga yang adil atau *equilibrium price* dalam Islam tidak hanya ditentukan oleh pasar, tetapi juga harus mencerminkan keadilan bagi penjual dan pembeli. Meskipun memberikan diskon kepada pelanggan loyal dapat dibenarkan, ketiadaan standar harga yang dapat diakses oleh semua pelanggan membuat proses transaksi rentan terhadap subjektivitas yang dapat merugikan salah satu pihak dan mengurangi kerelaan (*ridha*) dalam jual beli (Haryanto et al., 2024; Karan et al., 2024).

Lebih dari sekadar mekanisme teknis, praktik bisnis dalam Islam sangat menekankan pada pencapaian *barakah* (keberkahan), yang melampaui sekadar akumulasi profit. *Barakah* dicapai melalui proses yang adil, jujur, dan transparan. Praktik penetapan harga yang tidak konsisten di Fotocopy Doro Wontu, meskipun mungkin tidak selalu merugikan secara finansial dalam skala besar, berisiko mengurangi keberkahan usaha karena menimbulkan keraguan dan rasa tidak nyaman pada pelanggan. Dengan tidak menyediakan daftar harga yang jelas, pemilik usaha secara tidak langsung menciptakan asimetri informasi, di mana hanya ia yang memiliki pengetahuan penuh atas struktur harga. Mengadopsi sistem yang lebih transparan, seperti memasang daftar harga, akan menjadi langkah penting untuk menyelaraskan praktik bisnis dengan etika Islam, memperkuat amanah (kepercayaan) yang diberikan pelanggan, dan pada akhirnya membangun fondasi usaha yang tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga berkelanjutan secara spiritual (Damri et al., 2025; Shafin & Kasim, 2018).

Temuan dari studi kasus ini memberikan implikasi praktis yang penting bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama yang beroperasi dalam komunitas Muslim. Penelitian ini berfungsi sebagai pengingat bahwa kesuksesan bisnis tidak hanya diukur dari laba, tetapi juga dari sejauh mana praktik yang dijalankan selaras dengan nilai-nilai etika dan keadilan. Implementasi transparansi, misalnya melalui pemasangan daftar harga yang jelas, merupakan sebuah langkah sederhana namun sangat kuat untuk membangun reputasi sebagai bisnis yang jujur dan adil. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan secara lebih mendalam. Bagi konsumen, studi ini menyoroti hak mereka untuk mendapatkan kejelasan dan perlakuan yang adil dalam setiap transaksi, serta mendorong mereka untuk lebih aktif menyuarakan kebutuhan akan transparansi dari para penyedia jasa (Merlo et al., 2017; Mohan et al., 2020).

Keterbatasan utama dalam penelitian ini, yang harus diakui, adalah ketiadaan data kuantitatif yang terperinci mengenai struktur biaya usaha. Tanpa perbandingan yang jelas antara modal atau harga beli (*cost*) dengan harga jual yang ditetapkan, analisis mengenai keadilan harga (*substantive fairness*) tidak dapat dilakukan secara mendalam. Akibatnya, evaluasi dari perspektif ekonomi Islam lebih terfokus pada aspek keadilan prosedural (transparansi dan konsistensi) daripada keadilan substantif (apakah tingkat keuntungan yang diambil wajar). Oleh karena itu, penelitian di masa depan sangat disarankan untuk menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed-methods*). Menggabungkan wawancara kualitatif dengan analisis kuantitatif terhadap margin keuntungan untuk setiap layanan akan memungkinkan penilaian yang lebih komprehensif terhadap sejauh mana mekanisme penetapan harga di sebuah UMKM telah sesuai dengan prinsip-prinsip harga yang adil dalam ekonomi syariah.

Copyright (c) 2025 SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS

SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS
Vol. 5 No. 3 September 2025
E-ISSN : 2797-8842
P-ISSN : 2797-9431
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/social

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bahwa Fotocopy Doro Wontu menerapkan strategi harga hibrida yang rasional secara konvensional namun problematis dari sisi etika. Secara bisnis, pemilik secara adaptif memadukan pendekatan *cost-based*, *market-based*, dan *value-based pricing*, serta memberikan diskon untuk menjaga loyalitas pelanggan. Strategi ini berhasil membangun basis pelanggan yang puas dengan kualitas layanan inti seperti kecepatan dan keramahan. Namun, keberhasilan ini dibayangi oleh ketidaknyamanan pelanggan akibat kurangnya transparansi harga. Praktik pembulatan yang arbitrer dan penetapan tarif yang tidak konsisten antar pelanggan menimbulkan persepsi ketidakadilan prosedural. Temuan ini menyoroti sebuah dilema, di mana kualitas layanan yang baik dapat mempertahankan pelanggan dalam jangka pendek, tetapi ketiadaan transparansi dan standarisasi harga mengikis *trust* atau kepercayaan yang menjadi fondasi hubungan bisnis jangka panjang yang sehat dan berkelanjutan.

Ketika dianalisis melalui kerangka ekonomi Islam, praktik penetapan harga yang tidak konsisten ini menunjukkan beberapa ketidaksesuaian fundamental. Prinsip utama dalam transaksi syariah adalah keadilan (*'adl*) dan kerelaan bersama (*'an tarāḍin minkum*), yang mensyaratkan adanya kejelasan dan penghindaran ketidakpastian (*gharar*). Ketiadaan daftar harga yang dapat diakses oleh semua pelanggan menciptakan asimetri informasi dan mencederai prinsip kesepakatan yang sepenuhnya sukarela. Lebih dari sekadar profit, tujuan utama bisnis dalam Islam adalah mencapai *barakah* atau keberkahan, yang lahir dari proses yang jujur dan transparan. Praktik yang menimbulkan keraguan pada pelanggan berisiko mengurangi keberkahan tersebut. Dengan demikian, meskipun tidak selalu merugikan secara finansial dalam skala besar, strategi harga yang ada belum selaras dengan etika Islam yang menekankan transparansi sebagai wujud amanah dalam bermuamalah.

Implikasi praktis dari temuan ini sangat signifikan bagi para pelaku UMKM, yang diingatkan bahwa kesuksesan jangka panjang tidak hanya diukur dari laba, tetapi juga dari keselarasan dengan nilai-nilai etika. Implementasi transparansi, seperti memasang daftar harga yang jelas, merupakan langkah sederhana namun sangat kuat untuk membangun reputasi sebagai bisnis yang adil dan dapat dipercaya. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena tidak menyertakan data kuantitatif mengenai struktur biaya, sehingga analisis lebih terfokus pada keadilan prosedural daripada keadilan substantif. Oleh karena itu, penelitian di masa depan disarankan menggunakan pendekatan *mixed-methods*. Menggabungkan wawancara kualitatif dengan analisis kuantitatif terhadap margin keuntungan akan memungkinkan penilaian yang lebih komprehensif mengenai penerapan prinsip harga yang adil dalam ekonomi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Abidillah, A. F. (2019). The distortion of market prices in Islamic microeconomic. *AFEBI Islamic Finance and Economic Review*, *4*(1), 77. https://doi.org/10.47312/aifer.v4i01.465

Asiyah, B. N., et al. (2020). Pelarangan riba dalam perbankan: Impact pada terwujudnya kesejahteraan di masa COVID-19. *Imara Jurnal Riset Ekonomi Islam*, *4*(1), 1. https://doi.org/10.31958/imara.v4i1.2083

Damri, D., et al. (2025). Penerapan konsep dasar manajemen pendidikan Islam di SDIT Ma'arif Padang Panjang berdasarkan Al-Qur'an dan hadis. *MANAJERIAL Jurnal Inovasi Manajemen Dan Supervisi Pendidikan*, *5*(2), 414. https://doi.org/10.51878/manajerial.v5i2.5936

Copyright (c) 2025 SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS

Fadli, M., et al. (2025). Analisis implementasi kurikulum merdeka di Madrasah Aliyah Darun Najah: Studi kasus keselarasan pendidikan IPS (Ekonomi) dengan-nilai nilai agama. *SOCIAL Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, *5*(2). https://doi.org/10.51878/social.v5i2.6192

Gunawan, G., et al. (2025). Implementasi manajemen operasional pada perusahaan PT Green Plastic Indonesia. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, *5*(1), 27. https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i1.4074

Guntoro, S., & Ahmad, A. (2022). Dinamika dan problematika ekonomi syariah di negara Islam. *Syarikat Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, *5*(2), 120. https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).10044

Haratua, C. S., et al. (2025). Pentingnya sistem manajemen SDM berbasis teknologi di era digital terhadap kinerja karyawan. *SOCIAL Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, *5*(2), 506. https://doi.org/10.51878/social.v5i2.5729

Haryanto, H. N. A., et al. (2024). Analisis pengaruh bauran pemasaran (7P) terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kuliner Wontonoma di Kota Malang, Jawa Timur. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, *4*(4), 387. https://doi.org/10.51878/cendekia.v4i4.3340

Humaidi, M. N., & Muchtar, A. M. (2020). The salient features of Medina Market in the early Islam and its relevance today. *El-Barka Journal of Islamic Economics and Business*, *3*(2), 162. https://doi.org/10.21154/elbarka.v3i2.2434

Julianti, J., & Frinaldi, A. (2025). Menggali potensi inovasi budaya di lingkungan organisasi publik. *SOCIAL Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, *5*(2), 351. https://doi.org/10.51878/social.v5i2.5371

Karan, A., et al. (2024). *Oh the prices you'll see: Designing a fair exchange system to mitigate personalized pricing*. arXiv. https://doi.org/10.48550/ARXIV.2409.02777

Khoirunnisa, S. A., & Saelangi, P. M. (2022). Konsep kesejahteraan dalam pandangan ekonomi Muslim: Kritik atas konsep kesejahteraan ekonomi barat. *Al-Aqdu Journal of Islamic Economics Law*, *2*(1), 51. https://doi.org/10.30984/ajiel.v2i1.1991

Martin, A. D. J., et al. (2020). Perencanaan dan pengendalian biaya produksi untuk meningkatkan efisiensi biaya produksi. *JURMATIS Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik Industri*, *2*(1), 54. https://doi.org/10.30737/jurmatis.v2i1.864

Merlo, O., et al. (2017). The benefits and implementation of performance transparency: The why and how of letting your customers 'see through' your business. *Business Horizons*, *61*(1), 73. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.09.007

Mohan, B., et al. (2020). Lifting the veil: The benefits of cost transparency. *Marketing Science*, *39*(6), 1105. https://doi.org/10.1287/mksc.2019.1200

Muhammad, H. (2020). Holistic practice of fiqh al-muamalat: Halal accountability of Islamic microfinance institutions. *Nusantara Halal Journal (Halal Awareness Opinion Research and Initiative)*, *1*(1), 22. https://doi.org/10.17977/um060.2020v1p022-031

Neussner, W., et al. (2021). Value creation by dynamic pricing through digitization and industry-wide perspective. *International Journal of Economics and Finance*, *14*(1), 115. https://doi.org/10.5539/ijef.v14n1p115

Shafin, N., & Kasim, R. (2018). Incorporating Islamic ethic elements into marketing mix paradigm. *Financial Risk and Management Reviews*, *4*(1), 24. https://doi.org/10.18488/journal.89.2018.41.24.33

Copyright (c) 2025 SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS

Suhaila, S., et al. (2025). Analisis gerakan peduli dan berbudaya lingkungan hidup di sekolah (PBLHS) dalam rangka aksi Indonesia bebas sampah plastik 2025. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, *5*(2), 760. https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i2.5099

Suhardi, M. (2023). Pengaruh budaya organisasi dan diversitas terhadap efektivitas organisasi. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, *3*(2), 120. https://doi.org/10.51878/cendekia.v3i2.2304

Taufiq, M. (2024). Korelasi pengelolaan pertambangan dengan cita-cita negara hukum kesejahteraan. *SOCIAL Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, *4*(3), 265. https://doi.org/10.51878/social.v4i3.3318

Waliyulloh, F., & Hasibuan, H. T. (2023). Akuntabilitas, transparansi, kualitas pelayanan dan niat muzakki membayar zakat. *E-Jurnal Akuntansi*, *33*(5), 1289. https://doi.org/10.24843/eja.2023.v33.i05.p10

Copyright (c) 2025 SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS