

MEKANISME PENETAPAN HARGA JUAL DAN JASA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Fotocopy dan Percetakan Janitra)

Wiwin Suhada^{1*}, Rahmat Aji Nuryakin², Triana Apriani³, Nunung Kurniasih⁴

¹STAI Al- Muhajirin Purwakarta, Indonesia

^{2,3}STEI LPPM Padalarang, Indonesia

⁴STAI DR. KH. EZ. Muttaqien, Indonesia
wiwin999999@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Latar belakang penelitian ini bahwa persaingan bisnis yang semakin memonopoli, sering kali pelaku usaha menggunakan segala cara untuk bisa mendapatkan laba dan memenangkan persaingan meskipun cara yang dipakai tidak selaras dengan prinsip-prinsip syariah yang memberikan batasan kepada manusia dalam melakukan segala aktivitasnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme penetapan harga jual dan jasa dalam perspektif ekonomi islam (Studi Kasus Fotocopy dan Percetakan Janitra). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi kasus, dimana penulis mencoba memaparkan gambaran secara detail tentang mekanisme penetapan harga jual dan jasa dalam perspektif ekonomi islam (Studi Kasus Fotocopy dan Percetakan Janitra). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketidakjelasan dalam penetapan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi, tindakan penetapan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan para pelaku usaha tidak disukai oleh para pembeli, bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik usaha. Penentuan harga yang tidak diinginkan oleh para pembeli bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh sebagian atau semua pembeli. Dalam persaingan bisnis, harga menjadi tolak ukur produk oleh konsumen dan perolehan laba yang diinginkan oleh produsen. Untuk menyikapi itu para produsen harus menggunakan strategi dalam penetapan harga dalam produknya. Islam sangat menjunjung tinggi keadilan, termasuk juga dalam penentuan harga.

Kata Kunci: Mekanisme, Penetapan Harga Jual Dan Jasa, Perspektif Ekonomi Islam.

Abstract: The background to this research is that business competition is increasingly monopolistic, business actors often use all means to gain profits and win the competition even though the methods used are not in line with sharia principles which place limits on humans in carrying out all their activities. This research aims to determine the mechanism for determining selling prices and services from an Islamic economic perspective (Case Study of Janitra Photocopying and Printing). This research uses a qualitative research method with a case study, where the author tries to explain in detail the mechanism for determining selling prices and services from an Islamic economic perspective (Case Study of Janitra Photocopying and Printing). The results of this research show that lack of clarity in price setting can lead to various consequences, pricing actions that violate ethics can cause business actors to be disliked by buyers, and buyers can even react in a way that can damage the good name of the business. Determining a price that is not desired by buyers can result in a reaction of rejection by some or all buyers. In business competition, price is a benchmark for products by consumers and the profit desired by producers. To address this, producers must use strategies in setting prices for their products. Islam highly upholds justice, including in determining prices.

Keywords: Mechanisms, Determining Selling Prices and Services, Islamic Economic Perspective.

Article History:

Received: 04-11-2019

Revised : 05-12-2019

Accepted: 14-01-2020

Online : 19-01-2020

A. LATAR BELAKANG

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 (Isqiyarta, 2012). 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.

Setiap manusia dalam kehidupannya sehari-hari tidak dapat lepas dari aktivitas untuk mempertukarkan sesuatu demi mencukupi kebutuhan kehidupannya. Manusia mempunyai banyak sekali kebutuhan, keperluan dan keinginan yang kesemuanya itu menghendaki pemenuhan. Mereka membutuhkan makan, pakaian, ilmu dan pelayanan kehormatan dan sejuta kebutuhan yang lainnya. Secara garis besar, kebutuhan manusia itu dikelompokkan kedalam dua kelompok besar, yaitu kebutuhan fisik atau kebutuhan badaniah dan kebutuhan psikis atau kebutuhan kejiwaan (Rosyidi, 2006).

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satu usaha untuk memperolehnya adalah dengan bekerja. Sedangkan salah satu dari bentuk bekerja adalah berdagang atau bisnis. Islam, melalui tauladan Rasulullah SAW dan para khalifah yang selalu terjaga tindakannya, menunjukkan betapa pentingnya arti perdagangan dan bisnis. Islam secara aktif mendorong kaum muslim untuk melakukan bisnis dan perdagangan.

Berdagang merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan Rasulullah, telah menyatakan bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang. Artinya melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka, sehingga karunia Allah terpancar dari padanya. Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al-Baqarah ayat 275 yang artinya: orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka

baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Bisnis merupakan suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan distribusi atau penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit atau keuntungan. Dalam ekonomi Islam bisnis merupakan salah satu kegiatan dari usaha manusia untuk hidup dan beribadah, menuju kesejahteraan sosial. Perintah ini berlaku kepada semua orang tanpa membedakan pangkat atau status jabatan seseorang.

Dalam Al-Qur'an di jelaskan dalam QS At-Taubah (09), ayat 105 yang artinya: "Dan katakanlah: Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan".

Islam menegaskan bahwa kegiatan manusia dalam berbisnis atau berdagang bukan semata-mata untuk mencari keuntungan, melainkan harus mengimplementasikan akhlak mulia sebagai landasannya (Khalil, 2010). Ekonomi Islam dalam melakukan usahanya didasari oleh nilai iman dan akhlak, moral, dan etika bagi setiap aktivitasnya, baik dalam posisi sebagai konsumen, produsen, maupun distributor. Dalam Islam perdagangan harus dilakukan secara baik, dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Syariah, dalam Islam melarang keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak jujur, merugikan orang lain, harus menerapkan keadilan dan kejujuran dalam setiap kegiatan ekonomi (Rivai dan Buchari., 2009).

Foto copy dan percetakan Janitra adalah usaha perorangan yang merupakan salah satu tempat perbelanjaan alat-alat tulis dan kantor, melayani jasa foto copy, pengetikan dan percetakan yang ikut meramaikan persaingan bisnis. Dalam persaingan bisnis yang semakin memonopoli, sering kali pelaku usaha menggunakan segala cara untuk bisa mendapatkan laba dan memenangkan persaingan meskipun cara yang dipakai tidak selaras dengan prinsip-prinsip syariah yang memberikan batasan kepada manusia dalam melakukan segala aktivitasnya.

Kepentingan yang berbeda antara pelaku usaha dan konsumen menuntut adanya sistem harga yang adil, harga yang terjadi akibat kekuatan permintaan dan penawaran di pasar. Harga pasar adalah harga yang dibayar dalam transaksi barang dan jasa sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli. Penetapan harga adalah ketetapan harga yang telah ditentukan oleh pihak yang berhak untuk menentukan harga tersebut. Dalam penetapan harga, suatu barang maka harus disepakati dan berlaku secara umum.

Konsep harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah merupakan harga nilai barang yang dibayar untuk objek yang sama diberikan, pada waktu dan tempat yang diserahkan barang tersebut. Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain (Amalia, 2010). Dengan harga yang adil, kedua pihak akan memperoleh kepuasan masing-masing serta tidak ada pihak yang dirugikan.

Dalam ekonomi Islam, jasa dikaitkan dengan ijarah (sewa-menyewa). Penjualan jasa dalam Islam disebut dengan ijarah atau sewa-menyewa, yaitu kegiatan pemindahan hak kemanfaatan. Objek dari kegiatan ijarah adalah jasa, baik jasa yang dihasilkan dari tenaga manusia maupun jasa yang diperoleh dari pemanfaatan barang. Konsep ijarah sama dengan konsep jual beli. Hanya saja, objek yang diperjualbelikan dalam ijarah

adalah jasa. Menurut bahasa Lafal ijarah berasal dari kata Arab al-ajru yang berarti al-iwadh (ganti) yang berarti upah, sewa, jasa, atau imbalan (Idris, 2016).

Harga yang adil merupakan harga (nilai barang) yang dibayarkan untuk suatu objek tertentu yang diberikan pada waktu dan tempat diserahkan barang tersebut. Definisi harga yang adil juga bisa diambil dari konsep Aquinas yang mendefinisikannya dengan harga kompetitif normal. Yaitu harga yang berada dalam persaingan sempurna yang disebabkan oleh *supply* dan *demand* dimana tidak ada unsur spekulasi.

Ketidakjelasan dalam penetapan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi, tindakan penetapan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan para pelaku usaha tidak disukai oleh para pembeli, bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik usaha. Penentuan harga yang tidak diinginkan oleh para pembeli bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh sebagian atau semua pembeli. Walaupun hal itu seakan menjadi kebiasaan dan masyarakat sebagai konsumen menerimanya, namun ada baiknya para pelaku bisnis menerapkan jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan dan tidak merugikan orang lain.

Dari latar belakang masalah diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "mekanisme penetapan harga jual dan jasa dalam perspektif ekonomi islam (Studi Kasus Fotocopy dan Percetakan Janitra)".

B. METODE PENELITIAN

Menurut (Kartika, 2020) bahwa metode penelitian adalah sebuah upaya dalam mencari dan mengumpulkan data atau informasi penelitian yang digunakan oleh peneliti. Penelitian ini berusaha untuk menganalisis dan mendeskripsikan mekanisme penetapan harga jual dan jasa dalam perspektif ekonomi islam (Studi Kasus Fotocopy dan Percetakan Janitra). Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah berupa metode deskriptif analisis. Menurut (Rahayu, 2020) bahwa studi kasus dapat diartikan sebagai suatu teknik mempelajari seseorang individu secara mendalam untuk membantunya memperoleh penyesuaian diri yang baik.

Menurut Lincoln dan Guba dalam (Apriani, 2006) bahwa penggunaan studi kasus sebagai suatu metode penelitian kualitatif memiliki beberapa keuntungan, yaitu: 1) Studi kasus dapat menyajikan pandangan dari subjek yang diteliti, 2) Studi kasus menyajikan uraian yang menyeluruh yang mirip dengan apa yang dialami pembaca kehidupan sehari-hari, 3) Studi kasus merupakan sarana efektif untuk menunjukkan hubungan antara peneliti dan responden, serta 4) Studi kasus dapat memberikan uraian yang mendalam yang diperlukan bagi penilaian atau transferabilitas

Metode penelitian yang peneliti gunakan dalam beberapa tahapan penelitian yaitu diantaranya, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data serta analisis data. Jenis penelitian ini ialah penelitian kualitatif.

Dalam perihal ini, Lexy J Moleong sebagaimana dikutip (Fitria, 2020) menjelaskan tentang penelitian kualitatif itu sebagai prosedur/jalan tempuh penelitian yang dapat menghasilkan sebuah data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan atau perilaku dari orang-orang yang sudah diamati.

Dalam bentuk menemukan sebuah jawaban terhadap penelitian terkait mekanisme penetapan harga jual dan jasa dalam perspektif ekonomi islam (Studi Kasus Fotocopy dan Percetakan Janitra), metode penelitian yang kami gunakan ialah metode penelitian lapangan atau istilah lainnya *field research* dapat menggunakan pendekatan kualitatif

deskriptif seperti penjabaran yang dideskripsikan. Penelitian ini dilaksanakan berupa bentuk telaah dalam memecahkan permasalahan yang mana pada dasarnya berpijak kepada penelaahan (menelaah) yang bersifat kritis serta dapat lebih mendalami kepada kepustakaan yang lebih relevan (Tanjung, 2019). Penelitian secara kualitatif ini dapat berupaya mendapatkan data dengan terperinci dari sebuah kasus tertentu, dan dengan tujuan untuk mendapatkan dari sebuah kejadian dan bagaimana terjadinya (Arifudin, 2018).

Tujuan utama riset kualitatif ini ialah untuk membuat sebuah fakta atau realita yang mana dapat dipahami, dan tidak terlalu ditekankan kepada kesimpulannya, ataupun tidak ditekankan kepada perkiraan dari berbagai permasalahan yang telah ditemukan (Arifudin, 2019).

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Damayanti, 2020) menyatakan pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut (Apriani, 2018) bahwa caranya dengan mentranskripsikan data, kemudian pengkodean pada catatan-catatan yang ada di lapangan dan diinterpretasikan data tersebut untuk memperoleh kesimpulan.

Penentuan teknik pengumpulan data yang tepat sangat menentukan kebenaran ilmiah suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

Observasi adalah bagian dari proses penelitian secara langsung terhadap fenomena-fenomena yang hendak diteliti (Chadijah, 2017). Dengan metode ini, peneliti dapat melihat dan merasakan secara langsung suasana dan kondisi subyek penelitian (Kartika, 2018). Hal-hal yang diamati dalam penelitian ini adalah tentang mekanisme penetapan harga jual dan jasa dalam perspektif ekonomi islam (Studi Kasus Fotocopy dan Percetakan Janitra).

Teknik wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan menggunakan berbagai pedoman baku yang telah ditetapkan, pertanyaan disusun sesuai dengan kebutuhan informasi dan setiap pertanyaan yang diperlukan dalam mengungkap setiap data-data empiris (Saepudin, 2020).

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data melalui dokumen atau catatan-catatan tertulis yang ada (Sofyan, 2020). Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah, notula rapat, dan catatan harian. Menurut Moleong dalam (Saepudin, 2019) bahwa metode dokumentasi adalah cara pengumpulan informasi atau data-data melalui pengujian arsip dan dokumen-dokumen. Strategi dokumentasi juga merupakan teknik pengumpulan data yang diajukan kepada subyek penelitian. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode dokumentasi ini dilakukan untuk mendapatkan data tentang keadaan lembaga (obyek penelitian) yaitu mekanisme penetapan harga jual dan jasa dalam perspektif ekonomi islam (Studi Kasus Fotocopy dan Percetakan Janitra).

Menurut Muhadjir dalam (Tanjung, 2020) menyatakan bahwa analisis data merupakan kegiatan melakukan, mencari dan menyusun catatan temuan secara sistematis melalui pengamatan dan wawancara sehingga peneliti fokus terhadap

penelitian yang dikajinya. Setelah itu, menjadikan sebuah bahan temuan untuk orang lain, mengedit, mengklasifikasi, dan menyajikannya.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Penetapan Harga Jual Dan Jasa Pada Fotocopy Dan Percetakan Janitra

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama pemilik fotocopy dan percetakan Janitra mengenai mekanisme penetapan harga jual dan jasa pada fotocopy dan percetakan Janitra dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

- a. Di Fotocopy dan percetakan Janitra selain fotocopy juga melayani jasa rental komputer, penjiilidan, percetakan seperti percetakan undangan, serta menyediakan ATK.
- b. Dalam penetapan harga jual dan jasa fotocopy dan percetakan janitra menetapkan berdasarkan jumlah modal yang dikeluarkan, melihat harga pasaran yang ada dan juga melihat tingkat kesulitan/ resiko dalam suatu pekerjaan itu sendiri
- c. Adanya penerapan harga di fotocopy dan percetakan Janitra berdasarkan aturan Islam.

Dalam Fiqh Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *As-saman* dan *As-si'r*. *As-saman* adalah patokan harga suatu barang, sedangkan *As-si'r* adalah harga yang berlaku secara aktual di dalam pasar. Ulama Fiqh membagi *As-si'r* menjadi dua macam.

Pertama, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah, dalam harga yang berlaku secara alami, tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang ataupun produsen. Kedua, harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang riil dan daya beli masyarakat. Penetapan harga pemerintah dalam pemerintah ini disebut dengan *at-ts'ir al-jabbari* (Utomo, 2001).

Dalam persaingan bisnis, harga menjadi tolak ukur produk oleh konsumen dan perolehan laba yang diinginkan oleh produsen. Untuk menyikapi itu para produsen harus menggunakan strategi dalam penetapan harga dalam produknya.

Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Penetapan Harga Jual dan Jasa Pada Fotocopy dan Percetakan Janitra

Dalam jual beli hendaknya disertai rasa jujur sehingga ada nilai dan manfaatnya. Apabila penjual dan pembeli saling tipu menipu atau merahasiakan tentang apa yang seharusnya dikatakan maka tidak akan ada nilai dan manfaat (Mahallf, 2004). Islam sangat menghargai sifat kejujuran dan melarang sikap khianat. Oleh sebab itu, seorang muslim yang menjadi pelaku bisnis hendaknya taat pada janji dan amanat. Dilarang berkhianat dengan siapapun, apalagi kepada mitra bisnis termasuk pelanggan atau konsumen. Islam juga melarang manusia melakukan kebohongan, termasuk kebohongan dalam berbisnis. Peringatan ini sangat aktual, jika kita melihat berbagai kebohongan dalam praktek bisnis dalam keseharian (Natadiwirya, 2007).

Penentuan harga diperlukan bila kondisi pasar tidak menjamin adanya keuntungan disalah satu pihak. Pemerintah harus mengatur harga, misalnya jika terjadi kenaikan harga diatas batas kemampuan masyarakat maka pemerintah melakukan pengaturan dengan operasi pasar, begitu pula bila terjadi penurunan harga yang menyebabkan kerugian terhadap produsen, pemerintah meningkatkan pembelian atas produk produsen tersebut dari pasar (Sudarsono, 2004).

Analisa Terhadap Keadilan dan prilaku dalam penetapan harga di Fotocopy dan Percetakan Janitra

Dari hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan dengan 5 orang informan yaitu pelanggan Fotocopy dan Percetakan Janitra, peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

- a. Pelanggan merasa dipuaskan oleh pelayanan yang diberikan oleh Fotocopy dan Percetakan Janitra karena pengerjaannya yang cepat dan tepat dan keramahan dan kepercayaan para karyawannya yang utama.
- b. Pelanggan tidak merasa dirugikan atas penerapan harga yang dilakukan oleh pihak Fotocopy dan Percetakan Janitra karena kekuatan permintaan dan penawaran yang disepakati secara sukarela antara pembeli dan penjual atau foto copy dan percetakan Janitra dengan konsumennya, dengan memperhatikan daya beli masyarakat atau kosnumen.
- c. Tidak ada komplek yang diberikan pelanggan untuk Pihak Fotocopy dan Percetakan Janitra karena sudah ada pemberitahuan yang diberikan kepada pelanggan apabila ada penetapan harga.

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan (*al-'adl/justice*), termasuk juga dalam penentuan harga. Terdapat beberapa terminologi dalam bahasa arab yang maknanya menuju kepada harga yang adil ini. Antara lain: *si'r almitsl*, *tsaman al mitsl* dan *qimah al-'adl*. Istilah *qimah al-'adl* (harga yang adil) pernah digunakan dalam Rasulullah SAW, dalam mengomentari kompensasi bagian bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil (shahih muslim). Penggunaan istilah ini juga ditemukan dalam laporan tentang Khalifah Umar bin Khattab dan Ali bin Abi Thalib. Umar bin Khattab menggunakan istilah harga yang adil ini ketika menetapkan nilai baru atas diyat (denda), setelah nilai dirham turun sehingga harga-harga naik (Fasa, 2020).

Istilah *qimah al-'adl* juga banyak digunakan oleh para hakim yang telah mengkodifikasi hukum Islam tentang transaksi bisnis dalam obyek barang cacat yang dijual, perebutan kekuasaan, membuang jaminan atas harta milik, dan sebagainya (Sudirman, 2020).

Meskipun istilah-istilah diatas telah digunakan sejak masa Rasulullah dan al-Khulafa' al-Rasyidin, tetapi sarjana muslim pertama yang memberikan perhatian secara khusus adalah Ibnu Taimiyah. Ibnu Taimiyah sering menggunakan dua terminologi dalam pembahasaan harga ini, yaitu: *'iwad al mits* (*equivalen compensation/* kompensasi yang setara). Dalam alhisbahnya ia mengatakan: "Kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksirkan oleh hal hal yang setara dan dan itulah esensi keadilan (*nafs al-adl*)". Dimanapun ia membedakan antara dua jenis harga, yaitu harga yang tidak adil dan terlarang serta harga yang adil dan disukai, dan mempertimbangkan harga yang setara itu sebagian harga yang adil.

Adiwarman dalam (Arifudin, 2020) menjelaskan bahwa dasar dari pengembangan ekonomi mikro tidak akan pernah lepas dari permasalahan penentuan tingkat harga yang diderivasikan dari proses mekanisme pasar. Sedangkan mekanisme pasar sendiri terbentuk karena adanya perpaduan antara teori permintaan dan teori penawaran yang menjadi dasar dari pembentukan ilmu ekonomi yang lebih luas. Dalam perjalanan perkembangan ekonomi syariah, ditemukan catatan sejarah yang direkam oleh ulama muslim dalam buku-bukunya yang menunjukkan bahwa sebenarnya mekanisme pasar bukan merupakan hal yang baru bagi masyarakat muslim.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas bahwa dapat disimpulkan hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme penetapan harga jual dan jasa yang dilakukan oleh foto copy dan percetakan Janitra dipandang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, dikarenakan ada penerapan prinsip harga yang jujur dan adil. Mekanisme penetapan harga jual berbasis nilai keadilan dengan menetapkan harga yang wajar dengan tidak mengambil keuntungan yang besar dan merupakan titik keseimbangan antara kekuatan permintaan dan penawaran yang disepakati secara sukarela antara pembeli dan penjual atau foto copy dan percetakan Janitra dengan konsumennya, dengan memperhatikan daya beli masyarakat atau kosnumen.

Adapun saran berdasarkan hasil penelitian ini yakni agar mengupayakan tidak adanya pembulatan harga dan tetap saling terbuka dalam pemberian harga, karena dengan pembulatan tersebut akan menyebabkan konsumen berpikir bahwa pembulatan harga akan memberikan kerugian bagi pihak kosnumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Pimpinan STAI Al- Muhajirin Purwakarta, STAI Pelita Nusa Bandung Barat, dan STAI DR. KH. EZ. Muttaqien yang telah mengizinkan kegiatan penelitian ini sehingga terlaksana dengan baik
2. Ketua LPPM STAI Al- Muhajirin Purwakarta, STAI Pelita Nusa Bandung Barat, dan STAI DR. KH. EZ. Muttaqien yang telah mengizinkan kegiatan penelitian ini sehingga terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Amalia, E. (2010). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Apriani, T. (2006). *Intervensi politik anggota komisi III DPR RI dalam membebaskan terpidana yang tidak terbukti bersalah perspektif siyasah dusturiyah*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Apriani, T. (2018). *Pengaruh tingkat emosial dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Ruby Hotel Syari'ah Bandung*. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Arifudin, O. (2018). Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Tenaga Kependidikan STIT Rakeyan Santang Karawang. *MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 209–218.
- Arifudin, O. (2019). Manajemen Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) Sebagai Upaya Meningkatkan Mutu Perguruan Tinggi. *MEA (Manajemen, Ekonomi, &*

- Akuntansi*, 3(1), 161–169.
- Arifudin, O. (2020). PKM Pembuatan Kemasan, Peningkatan Produksi Dan Perluasan Pemasaran Keripik Singkongdi Subang Jawa Barat. *Integritas : Jurnal Pengabdian*, Vol 4(No 1), 21–36.
- Chadijah, S. (2017). Kebanggaan Terhadap Bahasa Indonesia (Language Pride) di Purwakarta. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indo*, 11, 121.
- Damayanti, F. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Karakteristik Individu Terhadap Kinerja Pegawai Bank BRI Syariah Kabupaten Subang. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 35–45.
- Fasa, I. (2020). *Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Fitria, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Terhadap Pengambilan Keputusan Calon Mahasiswa Untuk Memilih Jurusan Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 1(2), 120–127.
- Idris. (2016). *Hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Isqiyarta, J. (2012). *Dasar-dasar Ekonomi Islam, Menuju Sirathal Mustaqim*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Kartika, I. (2018). The Relationship Between Jigsaw Cooperative Learning Method And Parents Attention With English Learning Achievement Student In Public Junior High School 4 Bogor. 2 *Nd English Language and Literature International Conference (ELLiC)*., 2(2), 313–320.
- Kartika, I. (2020). Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 1(2), 137–150.
- Khalil, J. (2010). *Jihad Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Mahallf, A. M. (2004). *Hadist-hadis Muttafaq 'Alaih*. Jakarta: Kencana.
- Natadiwirya, M. (2007). *Etika Bisnis Islami*. Jakarta: GraandaPers.
- Rahayu, Y. N. (2020). *Program Linier (Teori Dan Aplikasi)*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Rivai dan Buchari. (2009). *Islamic Economic*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rosyidi, S. (2006). *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Saepudin, S. (2019). The Effect of Work Ethic on The Professional Competences of University Lecturers at Jakarta of Indonesia. *First International Conference on Administration Science (ICAS 2019)*, 327–332.
- Saepudin, S. (2020). Manajemen kompetensi dosen berbasis Islam dalam mewujudkan perguruan tinggi bermutu. *Ta'dibuna: Jurnal Pendidikan Islam*, 9(1), 089–101.
- Sofyan, Y. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 341–352.
- Sudarsono, H. (2004). *Konsep Ekonomi Islam*. Yogyakarta: CV. Adipura.
- Sudirman, A. (2020). *Prilaku konsumen dan perkembangannya di era digital*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Tanjung, R. (2019). Manajemen Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Pembelajaran (Studi Kasus di STIT Rakeyan Santang Karawang). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*,

3(1), 234–242.

Tanjung, R. (2020). Pengembangan UKM Turubuk Pangsit Makanan Khas Kabupaten Karawang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 323–332.

Utomo, S. B. (2001). *Fiqh Aktual, Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani.