

**ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA JUAL DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM
(STUDI KASUS PADA PERCETAKAN ELLITE TANGGUL)**

Ahmad Zubadul Afiq
zubadulafiq488@gmail.com

ABSTRAK

Dalam jual beli atau perdagangan kita mengenal dengan istilah Harga, penentuan Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan perdagangan. Harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya suatu produk dalam perdagangan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya. Harga merupakan, satu-satunya unsur dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan dari penjualan barang dan jasa, oleh karena itu harga yang ditetapkan penjual harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen. Fokus penelitian meliputi: 1) Bagaimana mekanisme penetapan harga jual pada toko alat tulis, fotocopy dan percetakan Ellite Tanggul? 2) Bagaimana tinjauan penetapan harga jual pada usaha fotocopy dan percetakan Ellite Tanggul dalam perspektif ekonomi Islam. Tujuan penelitian: 1) Untuk mengetahui mekanisme penetapan harga jual pada fotocopy dan percetakan Ellite Tanggul. 2) Untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap mekanisme penetapan harga jual pada toko alat tulis, fotocopy dan percetakan Ellite Tanggul. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data penelitian ini adalah teknik analisis data dengan metode induktif.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah: 1) Mekanisme penetapan harga jual pada percetakan Ellite ini memiliki kebiasaan membulatkan harga hal ini dilakukan untuk memudahkan transaksi dan administrasi. 2) Penetapan harga jual yang dilakukan oleh usaha ini sudah dilakukan dengan maksimal sesuai dengan pelayanan yang telah diberikan dengan baik, barang-barang yang di jual pun dengan kualitas yang bagus. Oleh karena itu, fotocopy dan percetakan Ellite ini juga dapat dikatakan telah memenuhi penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam, dimana dalam penetapan harga yang dilakukan telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi. Dan dalam penetapan harga dilakukan atas dasar suka sama suka antara penjual dan konsumen sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

Kata Kunci : Penetapan Harga, Perspektif Ekonomi Islam

ABSTRACT

In buying and selling or trading we know the term Price, determining Price is one of the important aspects in trading activities. Price becomes very important to note, considering that price determines whether or not a product will sell in trade. Wrong in determining the price will have fatal consequences in the products offered later. Price is the only element in trade that generates profit and income from the sale of goods and services, therefore the price set by the seller must be comparable to the value offered to consumers. The focus of the research includes: 1) How is the mechanism for determining the selling price at the Elit Tanggul photocopy and printing business? 2) How is the review of the selling price determination at the Elit Tanggul photocopy and printing business from an Islamic economic perspective. Research objectives: 1) To find out the mechanism of determining the selling price at the Tanggul Elite Photocopy and Printing. 2) To find out how the Islamic economic review of the selling price determination mechanism at the Tanggul Elite Photocopy and Printing. This study uses a descriptive qualitative method with the approach used in this study using a descriptive approach. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The data analysis technique of this study is a data analysis technique with an inductive method.

The conclusion of this study is: 1) the selling price determination mechanism in this printing company has a habit of founding prices. This is done to facilitate transactions and administration. 2) The determination of the selling price carried out by this business has been carried out optimally in accordance with the services that have been provided well, the goods sold are also of good quality. Therefore, this Elite photocopy and printing can also be said to have fulfilled the price determination in the perspective of Islamic economics, where the price determination carried out has been in accordance with economic principles. And in determining the price is done on the basis of mutual consent between the seller and the consumer so that no party feels disadvantaged.

Keywords: *Pricing, Islamic Economic Perspective*

PENDAHULUAN

Dalam Islam perdagangan harus dilakukan secara baik, dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, dalam Islam melarang keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak jujur, merugikan orang lain, harus menerapkan keadilan dan kejujuran dalam setiap kegiatan ekonomi. Pedagang yang tidak jujur meskipun mendapatkan keuntungan yang besar, boleh jadi keuntungan tersebut sifatnya hanya sementara. Ini dikarenakan ketidakjujuran akan menghilangkan kepercayaan para pelanggan sehingga lama kelamaan akan memundurkan dan mematikan usahanya (Mulawarman, 2010).

Kemampuan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup di pengaruhi oleh beberapa hal, khususnya pada transaksi jual beli. Proses transaksi jual beli ini tujuan utamanya adalah untuk memperoleh keuntungan. Produsen akan melakukan produksi seefisien mungkin dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimum. Keuntungan maksimum hanya akan bisa di dapat apabila pemilihan jenis barang yang akan di jual, (Sadono Sukirno 2016:7-8). Salah satu faktor yang memiliki pengaruh signifikan pada aspek jual beli adalah faktor harga.

Dalam jual beli atau perdagangan kita mengenal dengan istilah harga, penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan perdagangan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya. Harga merupakan satu-satunya unsur dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan dari penjualan barang dan jasa, oleh karena itu harga yang ditetapkan penjual harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen (Saifullah, 2006).

Menurut Agustina Shinta (2011) dalam menentukan harga ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan para pelaku usaha seperti: 1) Tujuan pemasaran perusahaan yang menjadi faktor utama dalam penetapan Harga, 2) Strategi bauran pemasaran, 3) Biaya sebagai faktor utama yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan perusahaan agar tidak mengalami kerugian, dan juga 4) Organisasi yaitu mengenai siapa yang harus menentukan Harga jual. Ibnu Taimiyah membedakan antara dua jenis harga, yakni Harga yang tidak adil dan dilarang serta Harga yang adil dan disukai. Ibnu Taimiyah menganggap Harga yang setara sebagai Harga yang adil (Islahi, 1997:13).

Transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum, Harga yang adil adalah Harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) 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.

Percetakan Ellite ini merupakan salah satu bentuk usaha yang bergerak pada bidang percetakan serta menyediakan pelayanan di bidang penjualan alat tulis dan kantor seperti map, buku-buku, pena, pensil serta keperluan-keperluan sekolah dan kantor lainnya. Percetakan Ellite ini juga menyediakan jasa foto dan cetak foto dengan berbagai macam ukuran mulai dari 2x3 hingga yang paling besar adalah 2rw. Fotokopi dan Percetakan elit ini beralamatkan Di Jl. Dr. Subandi No. 82, Tekoan, Tanggul, Kec, Tanggul, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68155. Tempat usaha percetakan dan *fotocopy* ini sangat strategis yaitu dipinggir jalan raya tepatnya di barat Alun-Alun Tanggul, tidak heran jika banyak yang mengenal usahanya dan ramai pelanggan yang menggunakan jasanya. Akan tetapi di percetakan Ellite ini terdapat kejanggalan yakni pembulatan harga karna susahnyanya untuk mencari uang pecahan untuk di buat kembalian oleh karena

itu penulis tertarik untuk meneliti di percetakan Ellite ini.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Harga

Menurut Kotler dalam Sunyoto (2019:131), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Harga itu sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa. Harga juga merupakan nilai yang ditukarkan untuk mendapatkan keuntungan terhadap sebuah produk atau jasa (Kotler dalam Herlambang, 2014:47). Dengan kata lain, harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:17), pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk, atau jumlah yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Krisdayanto (2018:3) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau sejumlah nilai konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga juga memainkan peran utama dalam kualitas merek suatu produk. Konsumen percaya bahwa harga yang lebih tinggi biasanya berarti kualitas yang lebih baik.

2. Penetapan Harga Jual

Penetapan harga merupakan strategi pemasaran yang menentukan terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli (Triton 2008:181). Transaksi hanya akan terjadi apabila harga yang diterapkan pada sebuah produk atau jasa dan disepakati oleh penjual dan pembeli. Oleh karena itu, jika suatu Perusahaan mampu menetapkan harga dengan tepat maka akan memperoleh laba yang besar.

Terdapat berbagai macam metode untuk menetapkan harga, hal ini tergantung kepada tujuan penetapan harga yang ingin dijual. Penetapan harga biasanya dilakukan dengan menambah persentase diatas nilai atau besarnya biaya produksi bagi usaha manufaktur, dan diatas modal atas barang dagangan bagi usaha dagang. Sedangkan dalam usaha jasa, penetapan harga biasanya dilakukan dengan memperhitungkan biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memberikan layanan kepada pengguna jasa.

Selain penjelasan diatas terdapat jurnal lain yang ditulis oleh H. Muhammad Birusman, mengatakan bahwa jika barang yang tersedia dipasar sedikit, sedangkan barang tersebut diperlukan oleh banyak konsumen, maka harga barang tersebut akan naik. Sebaliknya, bila transportasi antar wilayah lancar maka banyak barang impor yang masuk ke pasar dan menyebabkan melimpahnya barang tersebut sehingga mengakibatkan harga barang akan menurun (Nuyadin, 2007).

Dalam melakukan suatu penetapan harga, Ibnu Taimiyah berpendapat sebaiknya melibatkan pemerintah karena ditakutkan jika pemerintah tidak bertindak maka para pedagang akan seenaknya dalam melakukan penetapan harga dari suatu barang tanpa memperhatikan penawaran atau permintaan. Namun, dalam hal penetapan harga, pemerintah juga harus memperhatikan dari segi penjual supaya tidak ada yang dirugikan antara penjual dan pembeli. Penetapan ini bertujuan agar para penduduk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dan menjaga kejujuran dalam suatu mekanisme pasar.

Diki Ariyanda (2024:24-25) menyatakan bahwa penatapan harga dalam Islam

didasarkan dalam prinsip keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan umum. Dimana harga harus mencerminkan kejujuran, transparansi, dan tidak boleh ada unsur penipuan, kecurangan, atau eksploitasi. Prinsip utama yang mendasari teori harga konvensional ini adalah efisiensi pasar dan maximizing profit keadilan sosial dan etika sering kali menjadi perhatian sekunder. Di samping itu, banyak faktor yang mempengaruhi penetapan harga, diantaranya yaitu : Menurut **Kapahang, Tampi & Rogahang (2016)** faktor-faktor utama yang mempengaruhi penentuan harga meliputi Permintaan, data biaya, tujuan pendapatan dan laba, tindakan pesaing, peraturan-peraturan pemerintah. Jenis pasar/persaingan, situasi perekonomian dan citra atas produk. Kotler dan Keller **(2016:483)** berpendapat bahwa strategi penetapan harga adalah suatu rencana yang dilakukan oleh toko untuk menaikkan dan meningkatkan penjualan dari nilai jual setiap produk yang ditentukan.

3. Penetapan Harga Berdasarkan Ekonomi Islam

Islam memberikan kebebasan dalam harga, yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam. Harga hanya terdapat pada suatu akad yaitu sesuatu yang direlakan dalam akad, baik itu lebih sedikit, lebih besar, ataupun sama dengan nilai barang.

Penentuan harga yang dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhai maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan sesuatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan **(Qwardhawi:1997:57)**.

Harga-harga itu ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar yang berbentuk suatu titik keseimbangan. Titik keseimbangan itu merupakan kesepakatan antara para pembeli dan para penjual yang mana para pembeli dan penjual sama-sama memberikan ridha. Titik keseimbangan yang merupakan kesepakatan tersebut dinamakan dengan harga **(Birusman, 2007:92-93)**.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut Suharsini Arikunto **(2013:3)** bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, atau hal lainnya yang sudah disebutkan dan hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan. Penelitian ini menggambarkan tentang bagaimana penetapan harga jual dalam perspektif ekonomi Islam pada Percetakan Ellite Tanggul.

Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha yang menjadi sumber utama untuk memberikan informasi dan keterangan yang diperlukan penulis. Pimpinan pada percetakan Ellite ini adalah pemilik dan perintis percetakan ini dan yang menentukan arah dan kebijakan jalannya usaha. Yang bertanggung jawab terhadap pengelolaannya adalah karyawan yang bertindak sebagai mengelola dan melaporkan kegiatannya kepada pemilik. Kemudian lokasi penelitian ini dilakukan percetakan Ellite Jl. Dr. Subandi No. 82, Tekoan, Tanggul, Kec. Tanggul, Kabupaten Jember, Jawa Timur Di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui cara dan tahapan berikut :

1. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan.
2. Wawancara merupakan tanya jawab searah yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang diperlukan guna menjawab permasalahan.

3. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengumpulan dan analisis dokumen, baik tertulis, grafik maupun elektronik.

Dalam penelitian kualitatif terdapat tiga jalur analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (meles dan hubermen:1992). Teknik triangulasi yakni peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan dari data sumber yang sama (Sugiono, 2022:125).

PEMBAHASAN

Mekanisme Penetapan Harga Jual Pada Fotocopy Dan Percetakan Ellite Tanggul

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan bapak Aris selaku pemilik dan pengelola *fotocopy* dan percetakan Ellite ini mengenai mekanisme penetapan harga jual serta layanan yang ditawarkan, peneliti dapat menyimpulkan beberapa poin yaitu:

1. Selain menyediakan *fotocopy* disini juga menyediakan percetakan, penjiilidan dan lain sebagainya.
2. Dalam menentukan harga jual *fotocopy* dan percetakan Ellite ini, mempertimbangkan sejumlah faktor yaitu: modal yang dikeluarkan, harga pasar yang berlaku, serta tingkat kesulitan dan resiko yang terkait dengan setiap pekerjaan.
3. Di *fotocopy* dan percetakan Ellite ini terdapat kebiasaan untuk membulatkan harga.
4. Salah satu alasan dibalik pembulatan harga tersebut adalah kesulitan untuk memperoleh uang pecahan untuk kembalian .
5. Penting untuk dicatat bahwa pembulatan harga ini bukankah teknik untuk meraih keuntungan yang signifikan, karena hasil yang diperoleh dari pembulatan tersebut cenderung kecil. Sebaliknya, hasilnya justru di sisihkan untuk bersedekah.

Berdasarkan paparan hasil penelitian diatas tentang mekanisme penetapan harga jual pada *fotocopy* dan percetakan ellite Tanggul dapat disimpulkan bahwa *fotocopy* dan percetakan ellite Tanggul memiliki kebiasaan mmebulatkan harga. Hal ini sama dengan jurnal yang berjudul Pembulatan Harga Dalam Transaksi Jual Beli Perspektif Hukum Islam Yang Dikemukakan Oleh Karolus Charles Bego dkk, yang menyatakan bahwa pembulatan harga sering kali dilakukan untuk memudahkan transaksi dan administrasi. Namun, keadaan dalam transaksi ini harus tetap diperhatikan, karena apabila pembulatan harga dilakukan secara sepihak atau tanpa persetujuan dapat menciptakan ketidak pastian yang bertentangan dengan prinsip syariah.

Hal ini juga sesuai dengan pendapat Iskandar (2012) dalam skripsi Indah Dwi Astuti yang mengatakan bahwa pembulatan harga merupakan suatu metode untuk menyederhanakan angka agar mudah terbaca dalam proses perhitungan. Pembulatan harga umumnya dapat diketahui apabila suatu usaha menerapkan metode pembulatan ke bilangan bulat terdekat, baik itu angka ke atas atau angka ke bawah, maupun menerapkan keputusan harga yang dianggap lebih sederhana sehingga mudah dipahami pelanggan.

Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Penetapan Harga Jual Pada Fotocopy Dan Percetakan Ellite Tanggul

Dalam transaksi jual beli, penting untuk mengedepankan rasa jujur agar adanya

nilai dan manfaat yang dihasilkan. Jika penjual dan pembeli terjebak dalam kebohongan atau menyembunyikan informasi yang seharusnya diungkapkan, maka nilai dan manfaat dari transaksi tersebut akan hilang. Islam sangat menghargai sifat kejujuran dan melarang tindakan khianat. Oleh karena itu, seorang muslim yang terlibat dalam bisnis diwajibkan untuk mematuhi janji dan amanah yang telah diberikan. Khianat kepada siapapun, terutama kepada mitra bisnis, pelanggan, atau konsumen, adalah tindakan yang dilarang. Selain itu, Islam juga melarang adanya kebohongan didalam berbisnis. Peringatan ini menjadi semakin relevan ketika kita melihat praktik kebohongan dalam dunia bisnis.

Pengaturan harga menjadi penting ketika kondisi pasar tidak menjamin keuntungan bagi salah satu pihak. Dalam situasi seperti ini, pemerintah perlu mengambil langkah-langkah pengaturan harga. Misalnya, jika terjadi kenaikan harga di atas kemampuan masyarakat, pemerintah dapat melakukan operasi pasar. Demikian pula, ketika terjadi penurunan harga yang merugikan produsen, pemerintah akan meningkatkan pembelian atas produk-produk dari produsen tersebut di pasar.

a. Analisis terhadap harga

Harga yang ditawarkan oleh fotocopy dan percetakan Elite ini tergolong wajar, mencerminkan nilai yang diterima oleh konsumen. Hal ini terlihat dari penggunaan bahan baku berkualitas dan tingkat kenyamanan yang tinggi dalam layanan mereka. Penetapan harga yang sesuai dengan standart ini memastikan bahwa konsumen tidak merasa dirugikan.

b. Analisa terhadap kejujuran pada fotocopy dan percetakan Elit

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan Junaidi karyawan di fotocopy dan percetakan Elit, beberapa kesimpulan mengenai praktik kejujuran ditempat tersebut dapat diambil sebagai berikut:

- 1) Di fotocopy dan percetakan Elit, praktik pembulatan harga kerap terjadi karena hampir setiap hari terdapat pelanggan yang melakukan transaksi dengan jumlah yang berpotongan.
- 2) Pembulatan harga ini sering dilakukan karena kesulitan dalam memperoleh uang pecahan. Misalnya, pelanggan yang hanya membutuhkan 8 lembar fotocopy seharusnya membayar Rp. 1.600 namun harga tersebut dibulatkan menjadi Rp. 2.000 untuk menghindari kesulitan dalam memberikan kembalian sebesar Rp. 400.
- 3) Saat melakukan pembulatan harga, karyawan fotocopy dan percetakan Elit selalu menginformasikan kepada konsumen sebelum mereka melakukan pembayaran. Harga yang harus dibayar akan disebutkan terlebih dahulu. Setelah konsumen memberikan uangnya, jika kembalian yang diperlukan sulit dicari maka karyawan akan membulatkan total harga dan memberitahukan pelanggan. Apabila pelanggan tidak keberatan, maka proses pembulatan pun dilanjutkan.
- 4) Pada saat pembulatan harga tidak ada konsumen yang mempertanyakan karena sebelum konsumen membayar sudah diberitahukan kepada konsumen harga yang seharusnya konsumen bayar dan sudah diberitahukan pembulatan harganya.

c. Analisa terhadap keadilan dan perilaku dalam menetapkan harga jual pada fotocopy dan percetakan Elit

Dari wawancara yang dilakukan peneliti kepada beberapa konsumen fotocopy dan percetakan Elit ini dapat disimpulkan yaitu:

- 1) Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh fotocopy dan

percetakan Elit ini. Mereka mengapresiasi kecepatan dan ketepatan pengerjaan, serta keramahan dan kepercayaan yang ditunjukkan oleh para karyawan.

- 2) Pelanggan tidak merasa dirugikan oleh proses pembulatan harga yang ditetapkan oleh fotocopy dan percetakan Elit. Mereka menganggap bahwa pembulatan harga ini masih dalam batas yang wajar.
- 3) Tidak ada keluhan yang disampaikan oleh konsumen kepada fotocopy dan percetakan Elit ini, karena pihak perusahaan telah memberikan informasi sebelumnya mengenai pembulatan harga tersebut.

Berdasarkan paparan di atas tentang tinjauan mekanisme penetapan harga jual pada fotocopy dan percetakan Elit Tanggul ditemukan teori yang sama dalam Skripsi [Rezki Febriani \(2017\)](#) mengatakan bahwa pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Mencapai tingkat kepuasan pelanggan tertinggi adalah tujuan utama pemasaran, sehingga ketika pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang disediakan, maka besar kemungkinan pelanggan tersebut akan kembali lagi dan melakukan pembelian ulang terlebih mereka juga akan merekomendasikan pada teman dan keluarganya tentang perusahaan tersebut.

Pendapat ini juga tercantum dalam Jurnal Ilmiah Magister Manajemen yang berjudul *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan* oleh Dedek Kurniawan Gultom, dkk yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan terhadap kepercayaan pelanggan, yang memberikan arti bahwa pelanggan merasa puas dari pengalaman yang sudah dirasakannya dan menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap penyajian dari pihak penjual.

KESIMPULAN

1. Mekanisme penetapan harga jual pada percetakan Elit ini memiliki kebiasaan memebulatkan harga hal ini dilakukan untuk memudahkan transaksi dan administrasi.
2. Penetapan harga jual yang dilakukan oleh usaha ini sudah dilakukan dengan maksimal sesuai dengan pelayanan yang telah diberikan dengan baik, barang-barang yang di jual pun dengan kualitas yang bagus. Menurut pandangan ekonomi Islam, harga jual sudah sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan. Penetapan harga jual yang dilakukan oleh usaha ini sudah dilakukan dengan maksimal sesuai dengan pelayanan yang telah diberikan dengan baik, barang-barang yang di jual pun dengan kualitas yang bagus. Oleh karena itu, fotocopy dan percetakan Elit ini juga dapat dikatakan telah memenuhi penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam, dimana dalam penetapan harga yang dilakukan telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi. Dan dalam penetapan harga dilakukan atas dasar suka sama suka antara penjual dan onsumen sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

KETERBATASAN DAN SARAN

Keterbatasan dalam penelitian ini ialah penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus tunggal pada Percetakan Ellite Tanggul. Hasil penelitian ini mungkin tidak sepenuhnya dapat digeneralisasikan pada konteks percetakan lain atau jenis usaha yang berbeda, baik di wilayah Tanggul maupun di tempat lain. Karakteristik unik perusahaan, seperti ukuran, jenis produk, struktur biaya, dan kebijakan internal,

dapat memengaruhi mekanisme penetapan harga yang diterapkan. Maka dari itu, disarankan bagi penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan studi multi-kasus pada beberapa percetakan lain dengan skala dan karakteristik yang berbeda di wilayah Tanggul atau wilayah lain. Hal ini dapat meningkatkan generalisasi temuan dan memberikan pemahaman yang lebih luas tentang mekanisme penetapan harga dalam perspektif ekonomi Islam di industri percetakan.

Selain itu, penelitian ini secara spesifik menganalisis mekanisme penetapan harga dari perspektif ekonomi Islam. Perspektif lain, seperti teori penetapan harga konvensional, perilaku konsumen, atau strategi pemasaran, tidak dieksplorasi secara mendalam. Hal ini membatasi pemahaman yang komprehensif tentang seluruh faktor yang memengaruhi keputusan penetapan harga di percetakan tersebut. Diharapkan penelitian mendatang dapat membandingkan mekanisme penetapan harga yang diterapkan dalam perspektif ekonomi Islam dengan perspektif penetapan harga konvensional atau perspektif lainnya. Analisis komparatif ini dapat memberikan wawasan yang lebih kaya tentang keunggulan dan keterbatasan masing-masing pendekatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alianda, Diki. *“Analisis Mekanisme Penetapan Harga Komoditas Bahan Pokok Untuk Meminimalisir Kecurangan Pasar Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tugu Bandar Lampung)”*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2024.
- Amstrong dan Kotler 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga Anwar, konsepsi Ibnu Taimiyah (terjemah), (Surabaya:bima ilmu,1997), h.92 Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Azim, Abdul 1976. “Majmu” Fatawa” Ibnu Taimiyah.. Kairo: Dar al-Sa“ab Azim Islahi, Abdul. Konsepsi Ekonomi Ibnu Taimiyah. (terj) Anshari Thayib.
- Febriani, Rezki. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar (ditinjau dari perspektif Islam)”. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. 2017.
- Gultom, Dedek Kurniawan, dkk. *“Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan”* Jurnal Ilmiah Magister Manajemen 3, No. 2. September 2020.
- Kurniawan saifullah, studi kelayakan bisnis, (Jakarta:kencana,2006), cet ke-2, h.24
- Nuryadin, Muhammad Birusman. *“Harga Dalam Perspektif Islam”* Jurnal Mazahib IV, No. 1. Juni 2007. 92-93.
- Shinta, Agustina. Manajemen Pemasaran. Malang: UB Press, 2011.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta,
- Sukirno, Sadono. Mikro Ekonomi Teori Pengantar. Jakarta: Raja Grafindo Persada.