

ANALISIS HARGA DALAM PRAKTEK PEMBULATAN HARGA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Tita Zurnila Sari, Esti Alfiah, Katra Pramadeka

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Indonesia

Email: titazurnilas@gmail.com, esti.alfiah2107@gmail.com, katrapramadeka@gmail.com

Abstract : The purpose of this study is to determine the mechanism used in determining the selling price and services on Copy Fitri Kel. Nusa Indah Kec. Ratu Agung City of Bengkulu, as well as studying the Islamic economic perspective on the mechanism for setting selling prices and services on Photocopy of Fitri. In order to comprehensively investigate this issue, the researchers used a qualitative methodology to collect pertinent data during the study. Research data collection was carried out through the use of observation and interviews, with the aim of investigating Copy Fitri as a research subject. Research on the analysis of the pricing mechanism and Copy Fitri services reveals that the rounding off price mechanism is ambiguous. However, Foto Copy Fitri uses a fair price approach which is in line with Islamic economic principles. The pricing strategy applied by Copy Fitri is considered reasonable because it does not exploit buyers, and profit margins are maintained at a reasonable level. Fitri's photocopy does not use the rounding price mechanism, while the rest of the rounding is allocated for mosque charity. The round price is an important balance point mutually agreed upon by sellers and buyers, indicating a balance between the forces of supply and demand.

Keywords: Pricing Mechanism, Islamic Economic Principle

Abstrak : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mekanisme yang digunakan dalam penentuan harga jual dan jasa pada Foto Copy Fitri Kel. Nusa Indah Kec. Ratu Agung Kota Bengkulu, serta mengkaji perspektif ekonomi Islam tentang mekanisme penetapan harga jual dan jasa pada Fotokopi Fitri. Untuk menyelidiki masalah ini secara komprehensif, para peneliti menggunakan metodologi kualitatif untuk mengumpulkan data terkait selama penelitian. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui pemanfaatan observasi dan wawancara, dengan tujuan untuk menyelidiki FotoCopy Fitri sebagai subjek penelitian. Penelitian mengenai analisis mekanisme penentuan harga dan layanan Copy Fitri mengungkapkan bahwa mekanisme pembulatan harga bersifat ambigu. Namun, Foto Copy Fitri menggunakan pendekatan harga yang adil yang sejalan dengan prinsip ekonomi Islam. Strategi harga yang diterapkan Copy Fitri dinilai wajar karena tidak mengeksplorasi pembeli, dan margin keuntungan terjaga pada level yang wajar. Foto copy Fitri tidak menggunakan mekanisme pembulatan harga, sedangkan sisa pembulatan dialokasikan untuk amal masjid. Harga pembulatan adalah titik keseimbangan penting yang disepakati bersama oleh penjual dan pembeli, menandakan keseimbangan antara kekuatan penawaran dan permintaan.

Kata kunci: Mekanisme Penetapan Harga, Prinsip Ekonomi Islam

A. PENDAHULUAN

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan yang sangat vital dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan manusia baik individu, sosial, regional, nasional maupun internasional. Tiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen.¹ Dalam kegiatan perdagangan (bisnis), pelaku usaha atau pebisnis dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha

¹Norva Dewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)," *AL-TIJARY* 01, no. 01 (2015), hlm. 33–46.

harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Untuk itu sangat diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan bisnis tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan dieksplorasi baik pihak konsumen, karyawan maupun siapa saja yang ikut terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut

Islam menekankan bahwa aktivitas manusia dalam bentuk berbisnis atau berdagang tidak dimaksudkan hanya untuk mengejar keuntungan finansial, melainkan harus menggunakan budi pekerti luhur sebagai landasannya.² Dalam ekonomi Islam, berbisnis didasarkan pada prinsip-prinsip agama dan moralitas, serta etika moral untuk setiap operasinya, termasuk peran sebagai pelanggan, produsen, dan distributor. Prinsip-prinsip ini memandu semua aspek ekonomi Islam. Bisnis Islami pada hakikatnya selalu memegang asas keadilan dan keseimbangan. Selain itu juga telah dicontohkan aplikasi nilai-nilai Islam dalam mengelola bisnis oleh Nabi Muhammad SAW. agar berhasil baik di dunia maupun di akhirat. Nilai-nilai bisnis Islam telah menjadi tren dalam mengendalikan tujuan dan harapan ekonomi dalam jangka panjang. Dengan mengedepankan kejujuran, kepercayaan, keadilan, professional dan komunikasi yang baik, maka muncul spirit moral dalam bisnis sehingga melahirkan bisnis atau usaha yang diberkahi.³

Dalam Islam, dianggap tidak diperbolehkan untuk mengejar keuntungan yang terlalu tinggi, ikut serta dalam perilaku perdagangan yang curang, merugikan orang lain, dan kewajiban individu untuk menegakkan prinsip keadilan dan integritas dalam semua usaha ekonomi. Perilaku perdagangan harus mematuhi prinsip dasar ekonomi Islam termasuk didalamnya adalah masalah penentuan harga.⁴

Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan semua elemen lainnya hanya mewakili harga. Harga adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran. Tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen jalur distribusi. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat yang sama penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran. Menurut Rachmat Syafei harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang.⁵

Biasanya harga dijadikan penukaran barang yang diridhai oleh kedua pihak yang melakukan akad. Sasaran dalam penetapan harga adalah berorientasi pada keuntungan dengan cara, Pertama, maksimalisasi keuntungan, Kedua. Keuntungan yang memuaskan, Ketiga. Target pengembalian investasi (*return on investment*). Selain itu juga penetapan harga dengan sasaran yang berorientasi penjualan yaitu; Pertama. pangsa pasar dan kedua, maksimalisasi penjualan serta penetapan harga dengan sasaran status quo yaitu mempertahankan harga yang telah ada atau menyesuaikan diri dengan harga pesaing. Dalam struktur pasar sempurna perusahaan tidak dapat menetukan harga produknya, pasarlah yang menentukan harga untuk

²Jafril Khalil, *Jihad Ekonomi Islam* (Jakarta: Granata Publishing, 2010). hlm. 46

³Sukma Mehilda, "Mengenal Bisnis Yang Tak Kenal Rugi Dalam Perspektif Islam," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 9, no. 2 (2020), hlm. 159–173.

⁴Veithzal Rivai and Andi Buchari, *Islamic Economic* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009). hlm. 50

⁵et al., "Analisis Harga Dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam," *LAA MAISYIR : Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 1 (2018), hlm. 107–120.

semua produk. Produsen hanya mengambil harga yang ditetapkan oleh pasar, masing-masing produsen bertindak sebagai price taker, artinya produsen tidak mempunyai kekuatan pasar

Fotokopi Fitri merupakan perusahaan perseorangan yang bergerak sebagai salah satu usaha ritel perlengkapan kantor dan alat tulis, menyediakan jasa fotokopi dan persewaan, serta mengikuti kompetisi bisnis yang membuat pasar semakin menarik. Terlepas dari potensi pelanggaran prinsip Syariah, yang memberlakukan batasan tertentu pada tindakan manusia, praktisi bisnis sering menggunakan semua tindakan yang tersedia untuk memaksimalkan keuntungan dan mendapatkan keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang ditandai dengan meningkatnya kecenderungan monopolistik. Alasan fenomena ini adalah bahwa ketika bisnis bersaing satu sama lain, pada akhirnya seseorang dapat memperoleh posisi dominan dan membangun monopoli.

Sistem penetapan harga yang adil, yaitu harga ditetapkan sebagai konsekuensi langsung dari dinamika permintaan dan penawaran di pasar, diperlukan karena persaingan kepentingan konsumen dan pelaku korporasi. Harga yang dibayar di pasar untuk produk dan jasa dikenal sebagai harga pasar. Harga ini ditentukan oleh kesepakatan antara pembeli dan pemasok. Harga yang ditetapkan adalah harga yang diputuskan oleh pihak yang berwenang menetapkan harga. Saat menentukan harga, ada kebutuhan bahwa setiap komponen dapat diterapkan dan disepakati secara universal.

mekanisme penetapan harga pada photocopy Fitri tidak memiliki kejelasan. Misalnya, fotokopi satu halaman berharga Rp. 200, tetapi pelanggan yang hanya memfotokopi tiga lembar dapat membulatkan harga menjadi Rp. 1000, padahal seharusnya pelanggan hanya membayar Rp. 600. Begitu pula sebaliknya jika ada photocopy Fitri menentukan harga sewa jasa dan jasa lainnya dengan mempertimbangkan tingkat kesulitan dalam pengerjaannya. Misalnya, menyewa satu lembar harganya Rp. 2.500, namun pada prakteknya meskipun persewaannya hanya satu lembar, harga akan dinaikkan sesuai tingkat kesulitannya, seperti halnya jasa penjilidan dan jasa lainnya. Beberapa dari keputusan harga ini dicapai melalui kesepakatan bersama antara pembeli dan pelaku, sementara yang lain dicapai melalui komunikasi langsung antara pelaku dan pembeli setelah menyelesaikan tugas. Dalam kasus terakhir, pelaku tidak terlibat dalam diskusi atau negosiasi lebih lanjut mengenai harga dengan pembeli atau klien. Penggunaan harga-harga tersebut menimbulkan ketidakpastian dan menyimpang dari prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menganut praktik bertransaksi secara adil, jujur, dan adil yang tidak merugikan pihak lain.

konsep harga menurut Ibnu Taimiyah yang mana harga yang adil mensyaratkan pengupahan harga yang sepadan dengan nilai barang dagangan, dibandingkan dengan barang identik yang disediakan secara bersamaan dan lokal dengan pengiriman komoditas. Menurut Ibnu Taimiyah, menahan diri dari menyebabkan kerugian atau cedera pada orang lain merupakan aspek penting dari keadilan. Dengan asumsi harga yang dapat diterima bersama ditetapkan, itu akan menghasilkan kepuasan bagi kedua belah pihak yang terlibat, tanpa konsekuensi yang merugikan. Patokan harga wajar maupun harga keseimbangan diperoleh dari interaksi antara kekuatan permintaan serta penawaran. Namun, dalam kajian ekonomi modern

telah berkembang dimana faktor diversifikasi pelaku pasar, produk, mekanisme perdagangan, instrumen, maupun perilakunya bisa menimbulkan distorsi pasar.⁶

sedangkan praktik yang dilakukan tersebut terdapat ketidakpastian dalam proses penetapan harganya yang dapat menimbulkan beberapa efek yang tidak diharapkan. Ada kemungkinan bahwa penetapan harga yang tidak diinginkan dari pembeli dapat mengakibatkan tanggapan penolakan dari beberapa atau semua pembeli. Sehingga penelitian ini akan mengkaji bagaimana islam memandang praktek penetapan harga pada photocopy Fitri.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian kualitatif, yang menggunakan Latar Alamiah, dengan tujuan menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada, berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif, yang berarti bahwa data yang terkumpul kemudian dihubungkan dengan persyaratan prinsip ekonomi Islam setelah penelitian dilakukan. Landasan konsep ekonomi Islam, khususnya Al-Qur'an dan Hadits di samping pandangan para ulama Islam, akan selalu menjadi acuan.

Teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive* (pengambilan informan berdasarkan tujuan). Tergantung pada maksud dan tujuan penelitian, pengumpul data dapat menggunakan berbagai metode untuk memutuskan siapa yang akan dimasukkan sebagai informan dalam penelitian. Sumber informasi dipilih untuk penelitian ini berdasarkan relevansinya dengan pertanyaan penelitian dan objek yang diteliti. Berdasarkan dari observasi awal, informan dalam penelitian ini terdiri dari pemilik Fotocopy Fitri, 1 orang karyawannya dan 8 orang pelanggan.

Analisis data induktif digunakan untuk penelitian ini. Saat menganalisis data, penalaran induktif dimulai dengan hal-hal khusus seperti fakta dan kejadian, dari mana kesimpulan yang lebih abstrak dapat dibuat. Penulis memberikan fakta, kejadian tertentu, kemudian membuat kesimpulan umum berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan, dari wawancara, catatan lapangan, dan studi dokumentasi. Hal ini dilakukan untuk memperbaiki masalah struktur harga FotoCopy Fitri, yang dievaluasi atau dinilai dari sudut pandang ekonomi Islam.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran islam selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila

⁶Fitra Analia, Abdul Wahab, and Rahman Ambo Masse, "Mekanisme Penetapan Harga Yang Adil Dalam Ekonomi: Syariah Fair Pricing Mechanism In Sharia Economy," *JEPA: Journal of Economic, Public, and Accounting* 5, no. 2 (2023), hlm. 154–163.

menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Penetapan harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran. Dalam menetapkan harga jual dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti:

1. Penetapan harga jual oleh pasar yang artinya penjual tidak dapat mengontrol harga yang dilempar dipasaran. Harga ditentukan oleh mekanisme penawaran dan permintaan dalam keadaan seperti ini penjual tidak dapat menetapkan harga jual yang diinginkan.
2. Penetapan harga jual yang dilakukan oleh pemerintah, artinya pemerintah berwenang menetapkan harga barang dan jasa terutama menyangkut masyarakat umum. Perusahaan tidak dapat menetapkan harga jual barang sesuai kehendaknya.
3. Penetapan harga jual yang dicontoh oleh penjual oleh perusahaan, maksudnya harga ditetapkan sendiri oleh perusahaan. Penjual menetapkan harga dan pembeli boleh memilih, membeli atau tidak. Harga ditetapkan oleh keputusan atau kebijaksanaan dalam perusahaan.

Ada dua hal yang seringkali ditemukan dalam pembahasan Ibn Taymiyyah tentang masalah harga, yakni kompensasi yang setara/adil ('iwad al-mitsl) dan harga yang setara/adil (*tsaman al-mitsl*).⁷ Dia berkata, ,Kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah esensi dari keadilan (*nafs al-'adl*)'. *Iwadh al-mitsl* adalah penggantian yang sepadan yang merupakan nilai harga yang sepadan dari sebuah benda menurut adat kebiasaan. Kompensasi yang setara diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara tanpa ada tambahan dan pengurangan, inilah esensi dari keadilan.

Adapun *tsaman al-mitsl* adalah nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual itu ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu. Keadilan yang dikehendaki oleh Ibn Taymiyyah berhubungan dengan prinsip lâ dharar, yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain, maka dengan berbuat adil akan mencegah terjadinya tindakan kezaliman. Konsep Ibn Taymiyyah tentang kompensasi yang adil dan harga yang adil memiliki dasar pengertian yang berbeda. Permasalahan tentang kompensasi yang adil muncul ketika membongkar masalah moral atau kewajiban hukum (berkaitan dengan kepemilikan barang). Adapun prinsip-prinsip itu berkaitan dengan kasus-kasus sebagai berikut:

Pertama, ketika seseorang bertanggung jawab menyebabkan terluka atau rusaknya orang lain (*nufûs*), hak milik (*amwâl*), keperawanan, dan keuntungan (*manâfi'*). Kedua, ketika seseorang mempunyai kewajiban membayar kembali barang atau profit yang setara atau membayar ganti rugi atas terlukanya salah satu bagian dari anggota tubuhnya. Ketiga, ketika seseorang dipertanyakan telah membuat kontrak tidak sah (*al-'uqûd al-fâsidah*) ataupun kontrak yang sah (*al-'uqûd al-shâhihah*) pada peristiwa yang menyimpang (arsh) dalam kehidupan maupun hak milik.

⁷Euis Amalia, "Mekanisme Pasar Dalam Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics* 5, no. 1 (2015).

Lebih lanjut Ibnu Taimiyah memberikan penjelasan yang rinci tentang beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan dan tingkat harga. Adapun faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:⁸

1. Permintaan masyarakat (*al-ragabah*) yang sangat bervariasi (*people's desire*) terhadap barang. Faktor ini tergantung pada jumlah barang yang tersedia (*al-matlub*). Suatu barang akan semakin disukai jika jumlahnya relatif kecil (*scarce*) daripada yang banyak jumlahnya.
2. Tergantung kepada jumlah orang yang membutuhkan barang (*demander/consumer/tullab*). Semakin banyak jumlah peminatnya, semakin tinggi nilai suatu barang.
3. Harga juga dipengaruhi oleh kuat lemahnya kebutuhan terhadap suatu barang, selain juga besar dan kecilnya permintaan. Jika kebutuhan terhadap suatu barang kuat dan berjumlah besar, maka harga akan naik lebih tinggi jika dibandingkan dengan jika kebutuhannya lemah dan sedikit.
4. Harga juga akan bervariasi menurut kualitas pembeli barang tersebut (*al-mu'awid*). Jika pembeli merupakan orang kaya dan terpercaya (*kredibel*) dalam membayar kewajibannya, maka kemungkinan ia akan memperoleh tingkat harga yang lebih rendah dibandingkan dengan orang yang tidak kredibel (suka menunda kewajiban atau mengingkarinya).
5. Tingkat harga juga dipengaruhi oleh jenis uang yang digunakan sebagai alat pembayaran. Jika menggunakan jenis mata uang yang umum dipakai, maka kemungkinan harga relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan menggunakan mata uang yang tidak umum atau kurang diterima secara luas.

Ibnu Taimiyah membedakan harga menjadi dua yaitu, harga yang adil/sah dan harga yang tidak adil. Harga yang adil/sah dibedakan oleh Ibnu Taimiyah menjadi harga yang setara dan kompensasi yang setara. Harga yang setara merupakan harga baku suatu barang dan jasa, Dimana masyarakat menjual barang-barang mereka yang umum diterima sebagai sesuatu yang setara dengan barang itu pada waktu dan tempat tertentu. Berdasarkan Pengertian harga menurut Ibnu Taimiyah maka secara umum dapat dianalisis secara spesifik beberapa indikator yang digunakan Ibnu Taimiyah dalam mekanisme penetapan harga, yaitu: Ada harga baku, Waktu yang khusus, Tidak ada unsur kecurangan.

Ibnu Taimiyah juga memberikan perhatian tentang hak dan keuntungan penjual. Beliau mengatakan bahwa penjual berhak memperoleh keuntungan yang dapat diterima secara umum tanpa merusak kepentingannya dan kepentingan pelanggannya. Karena keuntungan merupakan bagian dari harga. Dari harga yang ditetapkan akan memperoleh keuntungan. Keuntungan yang adil adalah keuntungan normal yang diterima secara umum dan diperoleh dari berbagai macam model perdagangan tanpa saling merugikan. Dari perspektif ilmu ekonomi, Ibnu Taimiyah juga berpendapat bahwa kelangkaan barang yang menyebabkan naiknya harga semata bukan karena tindakan pihak-pihak tertentu akan tetapi ini terjadi karena kemahakuasaan Allah SWT yang telah menciptakan keinginan didalam hati manusia.

Kemudian ada dua macam penetapan harga menurut Ibnu Qudaimah, Ibnu Taimiyah, dan Ibnu Qoyim. Penetapan harga yang tidak adil dan penetapan harga yang masuk akal

⁸Fatimah et al., "Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah," *Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2023), hlm. 45–59, <http://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/3086%0Ahttp://repository.iainpare.ac.id/3086/2/17.2400.057BAB1.pdf>.

didahulukan. Ketika pemerintah menetapkan harga tanpa mempertimbangkan kepentingan pelaku pasar, akibatnya adalah penetapan harga yang tidak adil. Ini terutama benar ketika ada kekurangan produk dan layanan tetapi permintaan yang besar untuk mereka. Mereka berpendapat bahwa penetapan harga dapat diterima, dan dalam beberapa kasus diperlukan, di mana ada bukti jelas bahwa perilaku spekulan dan pedagang telah menyebabkan lonjakan harga yang tiba-tiba, dramatis, besar, dan menakjubkan. Selain memperhitungkan biaya yang dikeluarkan dalam produksi, transportasi, distribusi, modal, margin, dan keuntungan bagi produsen dan dealer, sangat penting untuk menetapkan batas atas harga yang ditetapkan.⁹

1. Analisis terhadap harga

Terlihat jelas bahwa Fotocopy Fitri memberikan harga yang terjangkau sesuai dengan apa yang diberikan kepada pelanggan, hal ini terlihat dari kualitas bahan yang tinggi dan kemudahan dalam memberikan pelayanan. Harga ditetapkan sesuai dengan norma untuk menghindari beban yang tidak semestinya pada pelanggan.

2. Analisa terhadap kejujuran pada Fotocopy Fitri

Berdasarkan hasil wawancara berikut adalah kesimpulan yang dapat ditarik oleh peneliti dengan topik kejujuran FotoCopy Fitri yang dilakukan dengan Ibu Atun dalam selaku sebagai karyawan Copy Fitri:

- a) Biaya sering dibulatkan di Fotocopy Fitri karena hampir setiap hari ada pelanggan yang pembayarannya sudah dibulatkan.
- b) Di FotoCopy Fitri Harga sering dibulatkan pada lembaran karena mungkin sulit untuk mendapatkan uang pecahan tertentu. Seperti biasanya, pelanggan FotoCopy Fitri hanya menginginkan atau meminta dua halaman, dan mereka hanya membayar Rp. 400. Namun, karena sulit menemukan uang pecahan Rp100 untuk retur pelanggan, maka harga harus dibulatkan menjadi Rp500.
- c) Setelah menerima pembayaran dari pelanggan, karyawan akan memberitahukan kembalian dan jika perlu, membulatkannya ke nominal terdekat. Pelanggan akan diberitahu tentang pembulatan ini dan diberikan pilihan untuk menerima atau menolak jumlah yang disesuaikan. Sebelum pembayaran, pelanggan harus menyepakati. Setelah menerima pembayaran dari pelanggan, karyawan akan memastikan jumlah uang kembalian dan kemudian membulatkannya ke nominal terdekat. Pelanggan kemudian akan diberi tahu tentang harga akhir.

3. Analisa Terhadap Keadilan dan prilaku dalam penetapan harga di Fotocopy Fitri

Peneliti sampai pada kesimpulan ini berdasarkan hasil wawancara dengan 8 informan FoyoCopy Fitri, yaitu:

- a) Pelanggan puas dengan layanan yang ditawarkan oleh Fotocopy Fitri sebagai hasil dari kecepatan dan ketepatan pekerjaan, serta keramahan dan kehandalan para karyawan yang utama di perusahaan.
- b) Pelanggan tidak merasa terganggu dengan pembulatan harga FotoCopy Fitri karena praktik tersebut diterima secara umum.

⁹Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer* (Jakarta: Gema Insani, n.d.). hlm. 92

- c) Selalu ada pemberitahuan kepada pelanggan setiap kali terjadi pembulatan harga, pelanggan tidak mengajukan komplain apapun kepada Pihak Fotokopi Fitri. Hal ini karena konsumen sadar bahwa telah terjadi pembulatan harga.

D. KESIMPULAN

Mekanisme harga dan layanan yang ditawarkan oleh FotoCopy Fitri menganut prinsip ekonomi Islam. Secara spesifik penetapan harga jual ditentukan melalui mekanisme pembulatan yang selaras dengan nilai keadilan. Hal ini memerlukan penetapan harga yang wajar dan tidak menghasilkan keuntungan yang berlebihan, sekaligus mencapai keseimbangan antara penawaran dan permintaan. Pembeli dan penjual di FotoCopy Fitri secara sukarela menyepakati mekanisme penetapan harga yang mempertimbangkan berbagai faktor seperti akomodasi. Transaksi akan tunduk pada pembulatan, sehingga pembeli mengirimkan harga yang lebih tinggi dari jumlah kuotasi awal. Praktik ini dilakukan karena kendala yang dihadapi oleh Fotokopi Fitri dalam memberikan pecahan uang yang tepat. Akibatnya, harga dibulatkan ke jumlah terdekat. Namun, sisa uang hasil pembulatan tersebut selanjutnya ditransfer ke kotak amal oleh Fotokopi Fitri.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Euis. "Mekanisme Pasar Dalam Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics* 5, no. 1 (2015).
- Dewi, Norva. "Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)." *AL-TIJARY* 01, no. 01 (2015).
- Fatimah, Moh. Yasin Soumena, St. Nurhayati, Ikhsan Gasali, and A. Rio Makkulau. "Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah." *Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2023).<http://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/3086%0Ahttp://repository.iainpare.ac.id/3086/2/17.2400.057 BAB 1.pdf>.
- Fitra Analia, Abdul Wahab, and Rahman Ambo Masse. "Mekanisme Penetapan Harga Yang Adil Dalam Ekonomi: Syariah Fair Pricing Mechanism In Sharia Economy." *JEPA: Journal of Economic, Public, and Accounting* 5, no. 2 (2023).
- Khalil, Jafril. *Jihad Ekonomi Islam*. Jakarta: Granata Publishing, 2010.
- Mehilda, Sukma. "Mengenal Bisnis Yang Tak Kenal Rugi Dalam Perspektif Islam." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 9, no. 2 (2020).
- Idris Parakkasi, and Kamiruddin Kamiruddin. "Analisis Harga Dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam." *LAA MAISYIR : Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 1 (2018).

Rivai, Veithzal, and Andi Buchari. *Islamic Economic*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.

Utomo, Setiawan Budi. *Fiqh Aktual Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani, n.d.