

**ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA JUAL DAN
JASA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM STUDI KASUS
FOTOCOPY ERIFOTO STABAT**

Eli Agustami

Universitas Islam Sumatera Utara

Email: eliagustamiuisu@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to find out how the Islamic economic review of the selling and service pricing mechanism on the Photocopy of Erifoto Stabat, Langkat Regency, North Sumatra Province. To reveal the problem in depth and thoroughly, the authors use qualitative methods to collect the necessary information during the research period. The collection of data on this study was carried out by conducting observations or observations and interviews, with the object of research in Photocopy of Erifoto Stabat, Langkat Regency, North Sumatra Province. Based on the results of research and analysis of the mechanism for determining selling prices and services in Photocopy of Erifoto Stabat, Langkat Regency, North Sumatra Province, it can be concluded that the mechanism for determining price rounding is not clear in Photocopy but Ammey Printing uses pricing based on justice, the pricing in Erifoto Stabat Photocopy, Langkat Regency, North Sumatra Province, is in accordance with Islamic economic principles because the price set does not distrust buyers and takes advantage at a reasonable level. Photocopy of Erifoto Stabat, Langkat Regency, North Sumatra Province, does not take advantage of the price rounding results, but the rest of the rounding proceeds will be collected and diverted for social funds and for mosque charity boxes. and the determination of price rounding is the equilibrium point between the forces of supply and demand agreed upon willingly equally willingly by the seller and the buyer.

Keywords: *Islamic Economic Principles, Price Reduction Mechanisms, Price Fairness*

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap mekanisme penetapan harga Jual dan jasa pada Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara tersebut. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, maka penulis menggunakan metode kualitatif untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan selama masa penelitian. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan atau observasi dan wawancara, dengan objek penelitian di Fotocopy Erifoto Stabat

Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis tentang mekanisme penetapan harga jual dan jasa di Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara maka dapat disimpulkan bahwa mekanisme penetapan pembulatan harga yang tidak jelas di Fotocopy namun Percetakan Ammey menggunakan penetapan harga berbasis keadilan, penetapan harga di Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam karena harga yang ditetapkan tidak mendzalimi pembeli dan mengambil keuntungan pada tingkat kewajaran. Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara tidak mengambil keuntungan dari hasil pembulatan harga, tetapi sisa dari hasil pembulatan tersebut akan dikumpulkan dan dialihkan untuk dana sosial dan untuk kotak amal masjid. dan penetapan pembulatan harga merupakan titik keseimbangan antara kekuatan penawaran dan permintaan yang disepakati secara rela sama rela oleh penjual dan pembeli.

Kata Kunci: Prinsip Ekonomi Islam, Mekanisme Penetapan Harga, Keadilan Harga

PENDAHULUAN

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 maka kebutuhan manusia itu dikelompokkan kedalam dua kelompok besar, yaitu kebutuhan fisik atau kebutuhan badaniah dan kebutuhan psikis atau kebutuhan kejiwaan (ROSYIDI, 2021).

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. Kegiatan penting dalam muamalah yang paling banyak dilakukan oleh manusia adalah kegiatan bisnis.

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. Bisnis merupakan suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan distribusi atau penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit atau keuntungan (Erlangga, 2020). Sedangkan pengertian bisnis menurut Hughes dan Kapoor dalam Buchari Alma ialah *Business is the organized differt of individual to produce and sell for a profit, the goods and service that satisfy society''s needs, the general term business refers to all such efforts within a society or within and industry* (Kurniawan, 2019). Maksud dari pengertian bisnis menurut Hughes dan Kapoor ini bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Islam menegaskan bahwa kegiatan manusia dalam berbisnis atau berdagang bukan semata-mata untuk mencari keuntungan, melainkan harus mengimplementasikan akhlak mulia sebagai landasannya (Morlando et al., 2020). Ekonomi Islam dalam melakukan usahanya didasari oleh nilai iman dan akhlak,

moral etik 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 (Izal, 2019).

Sejalan dengan perkembangan zaman, kegiatan jual beli mengalami perkembangan, baik dari segi sistem jual beli yang saat ini menggunakan sistem online shop, dan dari segi tempat bertemunya antara penjual dan pembeli atau disebut pasar, yang mengalami kemajuan seperti berkembangnya pasar-pasar modern, yaitu banyaknya pembangunan minimarket, supermarket atau swalayan, pertokoan-pertokoan, dan hypermart di Indonesia saat ini.

Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara adalah usaha perorangan yang merupakan salah satu tempat perbelanjaan alat-alat tulis dan kantor, melayani jasa Fotocopy, rental 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 yangtelah 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 (Suhikmat & Amalia, 2021). Dengan harga yang adil, kedua pihak akan memperoleh kepuasan masing-masing serta tidak ada pihak yang dirugikan. Namun pada kenyataannya dan berdasarkan penelitian sementara, tempat perbelanjaan yang ada di Stabat termasuk Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara, mekanisme penetapan harga yang digunakannya belum menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Syariah, dimana dalam prakteknya Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara melakukan ketidak jelasan dalam mekanisme penetapan harganya, yaitu seperti contohnya Fotocopy satu lembarnya adalah Rp. 200,- pelanggan yang motokopi tiga lembar saja bisa dibulatkan harganya menjadi Rp. 1000,- padahal seharusnya pelanggan hanya membayar Rp. 600,- begitupun sebaliknya jika ada pelanggan yang motokopi hanya enam lembar dibulatkan harganya menjadi Rp. 1000,-padahal seharusnya pelanggan membayar Rp. 1.200,-.

Dalam jasa perentalan atau jasa yang lain Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara menetapkan harga dengan melihat tingkat kesulitan pengerjaannya, seperti rentalan satu lembar dihargai Rp. 2.500,- tetapi prakteknya walaupun rentalannya hanya satu lembar namun jika pengerjaannya lebih sulit harga akan dinaikan sesuai dengan tingkat kesulitannya begitu juga

dengan jasa penjilitan dan lain-lain. Penetapan-penetapan harga tersebut ada yang disepakati antara pelaku dan pembeli dan ada juga yang tanpa kesepakatan pelaku langsung memberikan harga kepada pembeli setelah pekerjaannya selesai tanpa menjelaskan atau melakukan tawar menawar lagi dengan pembeli/pelanggan. Penerapan harga seperti itu mengandung unsur ketidakjelasan dan tidak sesuai dengan prinsip ekonomi syariah yang menerapkan konsep jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan dan tidak merugikan orang lain. 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.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yaitu penelitian 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 (Satori dan Komariah, 2009: 25)

Pendekatan penelitian yang penulis gunakan adalah pendekatan normatif, yaitu data yang terkumpul kemudian dihubungkan dengan ketentuan prinsip-prinsip ekonomi Islam. pembahasan akan senantiasa berpijak pada landasan prinsip-prinsip ekonomi Islam, yaitu Al-qur'an dan Hadis serta pendapat ulama.

Teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive* (pengambilan informan berdasarkan tujuan). Teknik penentuan informan ini adalah siapa yang akan diambil sebagai anggota informan diserahkan pada pertimbangan pengumpul data yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Penentuan informan dalam penelitian ini berdasarkan objek yang diteliti dan berdasarkan keterkaitan informan tersebut dengan penelitian. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pemilik Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara, karyawannya dan pelanggan.

Teknik observasi adalah suatu proses pengambilan data yang dilakukan dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek penelitian yang diteliti dengan cara langsung dan terencana bukan kebetulan (Sutrisno, 2004:151). Observasi yang dilakukan adalah dengan langsung datang ke lokasi Fotocopy dan Percetakan Ammey lalu mengamati dan menilai cara kerja karyawan dan bagaimana karyawan tersebut memberikan harga kepada pelanggannya.

Teknik wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Hananto, 2021). Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan wawancara dengan pemilik Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara, karyawannya dan para pelanggannya.

Studi dokumen yang penulis lakukan yaitu dengan mempelajari atau meneliti dokumen-dokumen atau sumber-sumber yang berbentuk tulisan, dan atau gambar, dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, dan

biografi, sedangkan yang berbentuk gambar misalnya foto, dan gambar hidup Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Penelitian ini menggunakan analisis data induktif. Analisis data induktif adalah metode dengan mengambil kesimpulan dari data-data yang bersifat khusus, berfikir induktif berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan peristiwa-pristiwa yang kongkrit kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum. Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan, dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan dan studi dokumentasi, maka penyusun mengangkat fakta-fakta yang khusus, peristiwa kongkrit kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum. Hal ini dilakukan untuk menyelesaikan masalah yang ada mengenai pelaksanaan mekanisme penetapan harga yang diterapkan oleh Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara yang dianalisis atau ditinjau menurut ekonomi Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL

A. Teori Harga

1) Pengertian Harga

Dalam pertukaran atau pengukur nilai suatu produk dalam pasar biasanya menggunakan uang. Jumlah uang tersebut biasanya menunjukkan suatu produk atau jika seseorang ingin membeli suatu barang dan jasa, maka orang tersebut akan mengeluarkan sejumlah uang sebagai pengganti barang dan jasa tersebut. Sehingga harga dapat diartikan sebagai nilai pertukaran yang ditetapkan oleh penjual dan pembeli untuk memperoleh suatu produk.

Dalam perdagangan, kita mengenal istilah harga, penentuan harga merupakan salah satu aspek terpenting dalam kegiatan perdagangan. Harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya suatu produk dalam perdagangan. Jika salah dalam menentukan harga maka akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya. Harga merupakan satu-satunya unsur dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan jualan barang dan jasa. Oleh karena itu, harga yang ditetapkan penjual harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen (Saifullah, 2006: 24).

Bagi mereka yang mempunyai modal besar mereka yang berusaha secara mandiri untuk membuat suatu usaha. Namun sebaliknya bagi yang tidak mempunyai modal mereka tidak bisa membuat suatu usaha. Aspek terpenting dalam suatu kehidupan masyarakat adalah menyangkut dengan jual beli. Mengenai jual beli itu sendiri adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima bendabenda dan pihak lainnya menerimanya sesuai perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati (Suhendi, 2002: 56).

Harga juga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat buran pemasaran. Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan salah satu penentuan keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.

Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.

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 didalam 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: 90)

2. Penetapan Harga

Ibnu Qudaimah, Ibnu Taimiyah, dan Ibnu Qoyim membagi bentuk penetapan harga kepada dua macam kategori. Pertama, penetapan harga yang bersifat dhalim dan penetapan harga yang bersifat adil. Penetapan harga yang bersifat dhalim adalah pematokan harga yang dilakukan oleh pemerintah yang tidak sesuai dan tidak logis dengan kondisi mekanisme pasar akibat terbatasnya pasokan komoditas dan langkanya barang atau jasa, sementara permintaan sangat banyak dan tanpa memperdulikan kemaslahatan para pedagang. Penetapan harga yang diperbolehkan dan bahkan wajib dilakukan menurut mereka adalah ketika terjadi lonjakan harga cukup tajam, signifikan, masif dan fantastis menurut bukti akurat disebabkan oleh ulah para spekulasi dan pedagang. Akan tetapi, pematokan harga tersebut juga harus dilakukan dalam batas adil, dengan memperhitungkan biaya produksi, biaya distribusi, transportasi, modal, margin, keuntungan bagi para produsen maupun pedagang.

Al-Qur''an sangat menekankan perlunya keadilan. Sangatlah natural untuk mempergunakan gagasan ini berhubungan dengan pasar, khususnya dengan harga. Karena itu Rasulullah SAW menyatakan sifatnya riba seseorang yang menjual terlalu mahal diatas kepercayaan pelanggan. Rasulullah SAW sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas, seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai moralitas tersebut dalam pasar merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar, bagi seorang Muslim nilai-nilai ini merupakan refleksi dari keimanannya kepada Allah SWT.

Prinsip ekonomi dalam Islam merupakan kaidah-kaidah pokok yang membangun struktur atau kerangka ekonomi Islam yang digali dari Al-qur''an dan Hadis. Prinsip ekonomi berfungsi sebagai pedoman dasar bagi setiap individu dalam kegiatan ekonomi. Ajaran ekonomi Islam melarang aktivitas ekonomi yang mengandung *Gharar* yang berarti resiko, ketidak pastian, dan ketidak jelasan.

Perdagangan yang Islami, adalah perdagangan yang dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang bersumber dari nilai-nilai dasar agama yang menjunjung tinggi tentang kejujuran dan keadilan. Konsep keadilan ekonomi dalam Islam

mengharuskan setiap orang mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak atau bagian orang lain, dengan keadilan ekonomi setiap individu akan mendapatkan haknya sesuai dengan kontribusi masing-masing kepada masyarakat, Islam dengan tegas melarang seseorang merugikan orang lain. Dalam Islam dalam melakukan kegiatan ekonomi dituntut untuk saling menjaga hak-hak agar tidak saling merugikan antara penjual maupun pembeli. Begitu pula dalam penetapan harga harus dilakukan dengan harga yang tidak merugikan antara penjual dan pembeli. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan dengan harga yang adil, sebab harga yang adil adalah cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh.

Secara umum harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kedzaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualannya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.

Penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Permintaan dapat diartikan sebagai kuantitas suatu barang tertentu dimana seorang konsumen ingin dan mampu membelinya pada berbagai tingkat harga, sedangkan penawaran diartikan sebagai kuantitas suatu barang tertentu dimana seorang penjual bersedia menawarkan barang atau jasa pada berbagai tingkat harga.

Dalam konsep harga yang setara atau adil Ibnu Taimiyah menjelaskan bahwa harga dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas, yakni pertemuan antara kekuatan permintaan dengan penawaran, dalam mendefinisikan harga yang setara, Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa harga yang setara adalah harga standar yang berlaku ketika masyarakat menjual barang dagangannya dan secara umum dapat diterima sebagai sesuatu yang setara bagi barang-barang tersebut.

Menurut pandangan Imam Al-Ghazali mengenai konsep permintaan dan penawaran dalam permasalahan penentuan harga, beliau menyatakan bahwa pengurangan keuntungan dengan mengurangi harga akan menyebabkan peningkatan permintaan dan penjualan. Sedangkan menurut pandangan Imam Yahya bin Umar mengenai konsep penetapan harga, beliau menyatakan bahwa eksistensi harga merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah transaksi dan pengabaian terhadapnya akan dapat menimbulkan kerusakan dalam masyarakat, dan harga ditentukan oleh kekuatan pasar, yakni kekuatan penawaran dan permintaan dan mekanisme harga harus tunduk pada kaidah-kaidah (Karim, 2004:288).

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 (Jusmaliani, 2008: 56). *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 (Marthon, 2004: 88)

Harga tidak dapat dikatakan adil apabila harga tersebut terlalu rendah, sehingga penjual atau produsen tidak dapat menutupi atas biaya-biaya 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 asakebebasan, 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-biaya yang telah dikeluarkan oleh penjual/produsen dan harga dapat dikatakan adil apabila tidak terlalu tinggi atau sesuai dengan daya beli pembeli dan konsumen.

2) Strategi Penetapan Harga

Strategii penetapan harga adalah tahapan perusahaan mengklasifikasikan dan menggolongkan produk atau jasa yang dihasilkannya merupakan produk baru yang belum memiliki konsumen tetap atau produk yang telah beredar yang telah memiliki pangsa pasar tersendiri. Strategi penetapan harga ini juga berhubungan dengan siklus kehidupan produk (*Product Life Cycle*) dimana suatu produk memiliki empat tahapan utama yakni, Perkenalan, Pertumbuhan, Kematangan dan Penurunan. Secara khusus strategi penetapan harga ini terdiri dari.

1. Produk Baru

Dalam menetapkan strategi penetapan harga yang efektif untuk produk baru atau tahap perkenalan ini terdapat 2 (dua) alternatif strategi penetapan harga, yaitu:

a. Harga Mengapung (*Skimming Price*)

Memberikan harga tinggi untuk menutup biaya dan menghasilkan laba maksimum (perusahaan dapat meyakinkan konsumen bahwa produknya berbeda dengan produk sejenis yang lain.)

b. Harga Penetrasi

Memberikan harga rendah untuk menciptakan pangsa pasar dan permintaan, strategi ini dapat diterapkan pada situasi pasar tidak terfragmentasi ke dalam segmen yang berbeda, serta produk tersebut tidak mempunyai nilai simbolis yang tinggi. Pendekatan ini juga efektif terhadap sasaran pasar yang sensitif harga.

1. Produk Yang Telah Beredar

Strategi penetapan harga untuk produk yang telah beredar ini tentunya tidak terlepas dari posisi produk atau jasa tersebut dari siklus kehidupan produk, dalam hal ini tahapan siklusnya berada pada 3 (tiga) tingkatan berikutnya setelah perkenalan yakni;

c. Tahap Pertumbuhan

Pada tahap pertumbuhan ini ditandai dengan penjualan meningkat disertai munculnya pesaing. Pada awalnya terjadi pertumbuhan yang cepat, strategi yang diterapkan adalah tetap mempertahankan harga produk/pasar. Ketika pertumbuhan melambat, terapkan strategi harga agresif menurunkan harga untuk mendorong penjualan sekaligus menghadapi persaingan yang semakin ketat.

d. Tahap Kematangan

Pada tahap kematangan, fleksibilitas harga merupakan kunci efektivitas

strategi penetapan harga. Pada tahapan ini perusahaan harus benar-benar responsif terhadap situasi pasar, konsumen maupun pesaing. Strategi penetapan harga dapat menggunakan „psikologis konsumen“ maupun „pemotongan harga“ (diskon), sehingga perusahaan dapat menjaga loyalitas konsumen (pangsa pasar) dan meningkatkan jumlah permintaan keuntungan yang diperoleh.

e. Tahap Penurunan

Tahap penurunan produk atau jasa ditandai dengan menurunnya jumlah permintaan secara terus-menerus, sebagai tahap terakhir daur hidup produk terdapat dua alternatif langkah utama yang dapat dipilih. Pertama, strategi diskonting (pemotongan harga) Kedua, mempertahankan harga tetapi memotong biaya-biaya yang berhubungan dengan produk, terutama pengeluaran untuk promosi.

3) Metode Penetapan Harga

Setelah perusahaan menentukan dan menetapkan tujuan yang akan dicapai, maka langkah atau tahapan selanjutnya adalah menentukan metode penetapan harga. Secara umum metode penetapan harga terdiri dari 3 macam pendekatan, yakni:

1. Penetapan harga berdasarkan biaya

a) Penetapan Harga Biaya Plus

Didalam metode ini, harga jual per unit ditentukan dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutupi laba yang dikehendaki pada unit tersebut

Rumus: $\text{Biaya Total} + \text{Margin} = \text{Harga Jual}$

Penetapan Harga *Mark-Up*

Untuk metode Mark-up ini, harga jual per unit ditentukan dengan menghitung harga pokok pembelian per unit ditambah (mark-up) jumlah tertentu.

Rumus: $\text{Harga Beli} + \text{Mark-Up} = \text{Harga Jual}$

b) Penetapan Harga BEP (Break Even Point)

Metode penetapan harga berdasarkan keseimbangan antara jumlah total biaya keseluruhan dengan jumlah total penerimaan keseluruhan. Rumus: $\text{BEP} \Rightarrow \text{Total Biaya} = \text{Total Penerimaan}$

2. Penetapan Harga berdasarkan Harga Pesaing/Kompetitor

Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga kompetitor sebagai referensi, dimana dalam pelaksanaannya lebih cocok untuk produk yang standar dengan kondisi pasar oligopoli. Untuk menarik dan meraih para konsumen dan para pelanggan, perusahaan biasanya menggunakan strategi harga. Penerapan strategi harga jual juga bisa digunakan untuk mensiasati para pesaingnya, misalkan dengan cara menetapkan harga di bawah harga pasar dengan maksud untuk meraih pangsa pasar.

3. Penetapan Harga Berdasarkan Permintaan

Proses penetapan harga yang didasari persepsi konsumen terhadap nilai yang diterimai (*price value*), sensitivitas harga dan *perceived quality*. Untuk mengetahui *value* dari harga terhadap kualitas, maka analisa *Price Sensitivity Meter* (PSM) merupakan salah satu bentuk yang dapat digunakan. Pada analisa ini konsumen diminta untuk memberikan pernyataan dimana konsumen merasa harga murah, terlalu murah, terasa mahal dan terlalu mahal dan dikaitkan dengan kualitas yang diterima.

B. Teori Mekanisme Harga

1) Mekanisme penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi

Konvensional 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 bisamemakan pelaku pasar yang lemah kekuatannya (Fauziah, 2020). 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, sertapenjual 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.

2) Mekanisme Harga Dalam Ekonomi Syariah

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 pasarbukan merupakan hal yang baru bagi masyarakat muslim.

1. Pemikiran Abu Yusuf (731-798 M)

Pemikiran Abu Yusuf tentang pasar dapat dijumpai dalam bukunya *Al-Kharaj*. telah menyimpulkan bekerjanya hukum permintaan dan penawaran pasar dalam menentukan tingkat harga. Masyarakat luas pada masa itu memahami bahwa bila hanya tersedia sedikit barang, maka harga akan mahal (Ghafur, 2019). Sebaliknya jika tersedia banyak barang, maka harga akan murah. Hal ini sebagaimana halnya hukum permintaan dan penawaran yang telah kita

ketahui. Akan tetapi, Abu Yusuf membantah pemahaman seperti ini, karena pada kenyataannya tidak selalu demikian. Menurut Abu Yusuf, tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal bukan karena kelangkaan makanan. Murah dan mahal merupakan ketentuan Allah. Kadang-kadang makanan berlimpah tapi mahal dan kadang-kadang makanan sangat sedikit, tetapi harganya murah. Pernyataan ini secara implisit menyatakan bahwa harga bukan hanya ditentukan oleh permintaan saja, tetapi juga tergantung pada penawaran terhadap barang tersebut. Bahkan, Abu Yusuf mengindikasikan adanya variabel-variabel lain yang juga turut mempengaruhi harga, misalnya jumlah uang beredar di negara itu, penimbunan atau penahanan suatu barang, atau lainnya. Pada dasarnya pemikiran Abu Yusuf ini merupakan hasil observasinya terhadap fakta empiris saat itu, dimana sering kali terjadi melimpahnya barang ternyata diikuti dengan tingginya tingkat harga, sementara kelangkaan barang diikuti dengan harga yang rendah. Poin kontroversi lain dalam analisis ekonomi Abu Yusuf ialah pada masalah pengendalian harga (ta'sir).

1. Al- Ghazali

Imam Al Ghazali dalam karyanya kitab *Ihya-Ulumuddin* banyak membahas topik-topik ekonomi, termasuk kekuatan permintaan dan penawaran dalam mempengaruhi harga. Al-Ghazali menyadari kesulitan yang timbul akibat sistem barter yang dalam istilah ekonomi modern disebut *double coincidence*, dan karena itu diperlukan suatu pasar. Al- Ghazali tidak menolak kenyataan bahwa mencari keuntungan merupakan motif utama dalam perdagangan. Namun, ia memberikan banyak penekanan kepada etika dalam bisnis, dimana etika ini diturunkan dari nilai-nilai Islam. Keuntungan yang sesungguhnya adalah keuntungan yang akan diperoleh di akhirat kelak. Ia juga menyarankan adanya peran pemerintah dalam menjaga keamanan jalur perdagangan demi kelancaran perdagangan dan pertumbuhan ekonomi. Yang lebih menarik, konsep yang sekarang kita sebut elastisitas permintaan ternyata telah dipahami oleh Al- Ghazali. Hal ini tampak jelas dari perkataannya bahwa mengurangi margin keuntungan dengan menjual harga yang lebih murah akan meningkatkan volume penjualan, dan ini pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan.

2. Ibnu Khaldun

Pemikiran Ibn Khaldun tentang pasar termuat dalam buku *Al- Muqaddimah*. Pada bab harga-harga di kota-kota (*Prices in Towns*), Ia membagi jenis barang menjadi dua kategori, yaitu barang pokok dan barang mewah. Menurutnya, jika suatu kota berkembang dan jumlah penduduknya semakin banyak, maka harga barang-barang pokok akan menurun sementara harga barang mewah akan menaik. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya penawaran bahan pangan dan barang pokok sebab barang ini sangat penting dan dibutuhkan oleh setiap orang sehingga pengadaannya akan diprioritaskan. Sementara itu, harga barang mewah akan naik sejalan dengan meningkatnya gaya hidup yang mengakibatkan peningkatan permintaan barang mewah ini. Disini, Ibn Khaldun sebenarnya menjelaskan pengaruh permintaan dan penawaran terhadap harga. Secara lebih rinci juga dijelaskan pengaruh persaingan antara para konsumen dan meningkatnya biaya-biaya akibat perpajakan dan pungutan-pungutan lain terhadap tingkat harga. Karena terjadi peningkatan *disposable income* dari penduduk seiring dengan berkembangnya kota, maka terjadi

kenaikan proporsi pendapatan yang digunakan untuk mengonsumsi barang mewah. Dalam buku tersebut, dijelaskan bahwa “Ketika barang-barang yang tersedia sedikit, maka harga-harga akan naik. Namun, bila jarak antar kota dekat dan aman untuk melakukan perjalanan, maka akan banyak barang yang diimpor sehingga ketersediaan barang-barang akan melimpah dan harga-harga akan turun.” Disamping itu, tingkat keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sementara tingkat keuntungan yang terlalu rendah akan membuat lesu perdagangan. Para pedagang dan produsen lainnya akan kehilangan motivasi. Sebaliknya, jika tingkat keuntungan terlalu tinggi perdagangan juga akan melemah sebab akan menurunkan tingkat permintaan konsumen. Ibn Khaldun sangat menghargai harga yang terjadi dalam pasar bebas, namun ia tidak banyak membahas mengenai kebijakan pemerintah untuk mengelola harga. Ia lebih banyak memfokuskan kepada faktor-faktor yang mempengaruhi harga. Hal ini tentu saja berbeda dengan Ibn Taimiyah yang dengan tegas menentang intervensi pemerintah sepanjang pasar berjalan dengan bebas dan normal

1. Ibnu Taimiyah

Pemikiran Ibn Taimiyah dicurahkan melalui buku *Al-Hisbah fi'l Al-Islam dan Majmu' Fatawa*. Pandangan Ibn Taimiyah mengenai mekanisme pasar terfokus pada masalah pergerakan harga. Secara umum, beliau telah menunjukkan *the beauty of market* (keindahan mekanisme pasar sebagai mekanisme ekonomi), disamping segala kelemahannya. Ibnu Taimiyah berpendapat bahwa kenaikan harga tidak selalu disebabkan oleh ketidakadilan (zulm/injustice) dari para pedagang/ penjual, sebagaimana banyak dipahami orang pada waktu itu. Ia menunjukkan bahwa harga merupakan hasil interaksi hukum permintaan dan penawaran yang terbentuk karena berbagai faktor yang kompleks. Dalam *Al-Hisbahnya*, Ibn Taimiyah membantah anggapan ini dengan mengatakan: “Naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh adanya ketidakadilan (zulm/ injustice) dari beberapa bagian pelaku transaksi. Hal ini disebabkan oleh defisiensi dalam produksi atau penurunan terhadap barang yang diminta, atau tekanan pasar.

Ibn Taimiyah secara umum sangat menghargai arti penting harga yang terjadi karena mekanisme pasar yang bebas. Untuk itu, secara umum ia menolak segala campur tangan untuk menekan atau menetapkan harga (*price intervention*) sehingga mengganggu mekanisme yang bebas. Sepanjang kenaikan atau penurunan permintaan dan penawaran disebabkan oleh faktor-faktor alamiah maka dilarang dilakukan intervensi harga. Dari pemikiran-pemikiran di atas, pada dasarnya menyimpulkan bahwa aktivitas jual beli dapat berjalan jika terjadi kesepakatan harga antara penjual dan pembeli. Harga yang ditawarkan tidak semata-mata untuk kepentingan pembeli, yaitu dalam usaha memaksimalkan keuntungan. Selain itu, pembeli juga harus mempertimbangkan bahwa harga jual yang ditawarkan harus mempertimbangkan keberlanjutan usaha. Harga jual yang ditawarkan harus mampu menutup biaya usaha. Disamping itu, aktifitas perdagangan juga merupakan suatu tindakan ibadah, dimana tujuan jual beli adalah untuk mencari rahmat Allah SWT, bukan untuk meningkatkan kekayaan atau memaksimalkan laba. Asumsi dasarnya adalah bahwa penjual dan pembeli mempunyai niat untuk saling tolong-menolong, saling memudahkan dan meringankan kedua belah pihak, serta baik penjual maupun pembeli harus berusaha saling jujur, dan harga ditentukan dengan jalan pemufakatan antara penjual dan pembeli.

A. Gambaran Umum Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara Kel. Stabat Kec. AirPeriukan Kab. Seluma

1. Sejarah Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara

Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu bentuk usaha yang bergerak di bidang fotocopy dan percetakan dan menyediakan pelayanan di bidang penjualan alat tulis dan kantor seperti map, buku-buku, pena, pensil dan keperluan-keperluan sekolah dan kantor lainnya. Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara menyediakan jasa rental komputer dan percetakan undangan pernikahan, khitanan dan lain-lain. Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara ini berdiri sejak tanggal 22 Agustus 2012, pendiri perusahaan ini adalah Bapak Joni Supriadi dan sekaligus sebagai pemilik usaha ini. Kata Ammey diambil dari nama salah satu dari anak bapak Joni Supriadi. Fotocopy dan Percetakan Ammey beralamat di Kel. Stabat Kec. Air Periukan Kab. Seluma. Yang menjadi target Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara adalah Pelajar, Pegawai, Mahasiswa, Karyawan serta masyarakat pada umumnya.

Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara sangat mengedepankan kenyamanan berbelanja bagi para pelanggan dengan kenyamanan pelayanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan pelayanan karyawannya yang berpengalaman pada bidang atau divisinya masing-masing.

Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara menyediakan berbagai jenis alat tulis kantor yang dibutuhkan oleh setiap pelanggan, diantaranya adalah:

- a) Berbagai jenis pena
- b) Berbagai jenis kertas
- c) Berbagai jenis map
- d) Berbagai jenis amplop
- e) Berbagai jenis pensil
- f) Berbagai jenis penghapus
- g) Berbagai jenis buku-buku dan
- h) Berbagai jenis produk lainnya.

Peralatan yang digunakan oleh “Fotocopy Erifoto” terdiri dari berbagai spesifikasi antara lain adalah sebagai berikut:

- a) Mesinfotokopy
- b) Mesin laminating
- c) Komputer
- d) Printer + Scanner dan lain-lain

Adapun berbagai macam bahan-bahan yang digunakan oleh “Fotocopy Erifoto” antara lain adalah sebagai berikut:

- a) Kertas putih berbagai ukuran, ketebalan, dan berat
- b) Kertas buram
- c) Kertas warna soft cover dan hard cover
- d) Kertas transparan
- e) Tinta hitam dan tinta warna
- f) Lakbandan spiral dan lain-lain.

B. PEMBAHASAN

Mekanisme Penetapan Harga Jual dan Jasa Pada Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama Bapak Joni Supriadi selaku pimpinan atau pemilik Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara mengenai mekanisme penetapan harga jual dan jasa pada Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

- a) Di Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara selain fotocopy juga melayani jasa rental komputer, penjilitan, percetakan seperti percetakan undangan, buku yasin dan buku-buku yang lain serta menyediakan ATK
- b) Dalam penetapan harga jual dan jasa Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara menetapkan berdasarkan jumlah modal yang dikeluarkan, melihat harga pasaran yang ada dan juga melihat tingkat kesulitan/resiko dalam suatu pekerjaan itu sendiri
- c) Adanya pembulatan harga di Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara
- d) Alasan adanya pembulatan harga di Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara karena sulitnya mencari uang pecahan untuk kembalian
- e) .Pembulatan harga tersebut bukan merupakan teknis pengambilan keuntungan karena hasilnya pun tidak seberapa, hasil dari pembulatan-pembulatan harga tersebut akan disisihkan untuk hal-hal lain seperti pengisian kotak amal dan kegiatan sosial lainnya

1. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Penetapan Harga Jual dan Jasa Pada Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara

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 (Nursyamsu, Idham, & Ferdiawan, 2020). 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: 65-66). 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, 2004:223-224).

a. Analisis terhadap harga

Harga yang diberikan oleh Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara wajar sesuai dengan apa yang diberikan untuk konsumen,

karena terlihat dari bahan baku yang berkualitas dan kenyamanan dalam pelayanannya. Harga yang diberikan sesuai dengan standar sehingga tidak memberatkan konsumen.

- a. Analisa terhadap kejujuran pada Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama mbak Atun selaku karyawan di Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara mengenai kejujuran pada Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:
 - a. Di Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara sering melakukan pembulatan harga karena hampir setiap harinya ada pelanggan yang berbelanja yang harganya dibulatkan
 - b. Di Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara sering melakukan pembulatan harga karena sulit mendapatkan uang pecahan. Seperti biasanya pelanggan fotocopy cuma mau atau hanya membutuhkan 8 lembar yang seharusnya hanya membayar Rp. 1.600,- saja jadi dibulatkan harganya menjadi Rp. 2.000,-, karena mereka kesulitan untuk mencari kembalian yang hanya Rp. 400,-.”

Pada saat pembulatan harga ada pemberitahuan kepada pelanggan dari pihak/ karyawan Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara, sebelum pelanggan membayar akan disebutkan harga yang harus pelanggan bayar, setelah pelanggan memberikan uangnya dan dilihat jika kembalian uangnya sulit dicari maka karyawan akan membulatkannya dan akan memberitahukannya kepada pelanggan tersebut jika pelanggan merasa tidak keberatan maka akan dibulatkan.

- a. Pada saat pembulatan harga tidak ada pelanggan yang mempertanyakan/ Komplek karena sebelum pelanggan membayar sudah diberitahukan kepada pelanggan harga yang seharusnya pelanggan bayar dan sudah diberitahukan pembulatan harganya.
- b. Analisa Terhadap Keadilan dan perilaku dalam penetapan harga di Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara

Dari hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan dengan 10 orang informan yaitu pelanggan Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara, peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

- a. Pelanggan merasa dipuaskan oleh pelayanan yang diberikan oleh Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara karena pengerjaannya yang cepat dan tepat dan keramahan dan kepercayaan para karyawannya yang utama.
- b. Pelanggan tidak merasa dirugikan atas pembulatan harga yang dilakukan oleh pihak Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara karena pembulatan yang diambil oleh pihak Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara dianggap masih sangat wajar.

Tidak ada komplek yang diberikan pelanggan untuk Pihak Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara karena sudah ada pemberitahuan yang diberikan kepada pelanggan apabila ada pembulatan harga.

KESIMPULAN

Setelah penulis melakukan analisis dan penelitian terhadap mekanisme penetapan harga jual dan jasa di Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara, maka dapat disimpulkan Mekanisme penetapan harga jual dan jasa yang dilakukan oleh Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara penetapan harganya menggunakan metode penetapan dengan pembulatan harga dan pada Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara menggunakan penetapan pembulatan harga dikarenakan sulitnya mencari uang recehan untuk kembalian. Mekanisme penetapan harga jual dan jasa yang dilakukan oleh Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara dalam penggunaan mekanisme penetapan pembulatan harga sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, yaitu merupakan mekanisme penetapan harga jual berbasis nilai keadilan dengan menetapkan harga yang wajar dan tidak mengambil keuntungan yang besar dan merupakan titik keseimbangan antara kekuatan permintaan dan penawaran yang disepakati secara sukarela oleh pembeli dan penjual atau Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara, dengan memperhatikan daya beli masyarakat atau pelanggan. Penggunaan mekanisme pembulatan harga pada Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara tidak ada unsur penipuan karena pembeli tetap membayar sesuai dengan harga yang sebenarnya atau sesuai dengan harga yang tertera, adapun pembayaran akan dibulatkan dengan pembeli membayar dengan harga yang lebih besar dari harga yang tertera, hal itu dilakukan karena kesulitan Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara dalam menyediakan uang pecahan, sehingga harga dibulatkan tetapi sisa harga dari hasil pembulatan di Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara bukan untuk kepentingan Fotocopy Erifoto Stabat Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara dalam mendapatkan keuntungan yang lebih dari hasil pembulatan, tetapi sisa harga dari hasil pembulatan tersebut akan dialihkan untuk kotak amal Masjid/ dana sosial lainnya.

BIBLIOGRAFI

- Erlangga, E. (2020). *PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN LOYALITAS KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA UNIT PELAKSANA TINGKAT BADAN (UPTB) BAPENDA PALEMBANG 1*. 021008 Universitas Tridnanti Palembang.
- Fauziah, Lili. (2020). *Analisis Kelayakan Pembiayaan Sebelum Terjadinya Akad Murabahah (Studi Kasus di PT BPRS Aman Syariah Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)*. IAIN Metro.
- Ghafur, Abd. (2019). Mekanisme Pasar perspektif islam. *Jurnal Istiqodiyah*, 5.
- Hananto, Djoko. (2021). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk jersey sepeda di tangsel. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ, 2021*.
- Izal, Moch. (2019). *Menghafal Niat Mandi Jinabat dan Doa Jima' Sebagai Syarat Penyidangan Dispensasi Kawin di Pengadilan Agama Kabupaten Jombang*. IAIN Kediri.
- Kurniawan, Puji. (2019). Implementasi Akad Murabahah di Perbankan Syariah Kota Padangsidimpuan. *Jurnal Al-Maqasid: Jurnal Ilmu Kesyariahan Dan Keperdataan*, 5(1), 42–54.
- Morlando, Maddalena, Buca, Danilo, Timor-Tritsch, Ilan, Cali, Giuseppe, Palacios-

- Jaraquemada, Jose, Monteagudo, Ana, Khalil, Asma, Cennamo, Carmen, La Manna, Viviana, & Liberati, Marco. (2020). Reproductive outcome after cesarean scar pregnancy: A systematic review and meta-analysis. *Acta Obstetricia et Gynecologica Scandinavica*, 99(10), 1278–1289.
- Nursyamsu, Nursyamsu, Idham, Moh, & Ferdiawan, Ferdiawan. (2020). Pelaksanaan Penimbangan Jual Beli Biji Coklat Dalam Tinjauan Ekonomi Islam: Studi Desa Bulili Kecamatan Nokilalaki Kabupaten Sigi. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 89–104.
- ROSYIDI, MUHAMMAD HABIB. (2021). *PRAKTIK DIPLOMASI BUDAYA CHINA MELALUI CONFUCIUS INSTITUTE (CI) DI THAILAND 2006-2018*. UPN VETERAN JAWA TIMUR.
- Suhikmat, Suhikmat, & Amalia, Dina. (2021). Analisis Arus Kas Operasi dan Persediaan Terhadap Laba Akuntansi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Otomotif di BEI Periode 210-2014). *Jurnal Akuntansi*, 15(1).
-

Copyright holders:

Eli Agustam (2023)

First publication right:

Gema Ekonomi (Jurnal Fakultas Ekonomi)

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

