

ANALISIS MEKANISME PENETAPAN HARGA JUAL DAN JASA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Ariq Fauzan¹, Solichun², Sutiyo³

^{1,2,3}*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari'ah Mitra Karya Bekasi*

Abstrak

Mekanisme penetapan harga barang dan jasa dalam usaha kecil secara signifikan mempengaruhi daya saing pasar dan keberlanjutan etis. Penelitian ini menganalisis mekanisme penetapan harga bisnis Fotokopi dan Percetakan Joyomartono di Bekasi melalui lensa ekonomi Islam. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pemilik bisnis, karyawan, dan pelanggan, dilengkapi dengan pengamatan dan dokumentasi langsung. Analisis tematik mengungkapkan bahwa bisnis menggabungkan biaya produksi, tarif pasar, dan segmentasi pelanggan untuk menentukan harga secara rasional. Dari perspektif ekonomi Islam, kerangka penetapan harga sejalan dengan prinsip-prinsip inti keadilan ('adl), transparansi, dan kejujuran (shidq) sekaligus secara efektif menghindari ketidakpastian (gharar) dan riba (riba). Namun, hambatan taktis tetap ada, termasuk kurangnya pelatihan formal dalam hukum komersial Islam, persaingan harga lokal yang ketat, dan fluktuasi biaya bahan baku yang tidak dapat diprediksi. Studi ini menyarankan strategi praktis, termasuk memperluas diversifikasi produk dan menerapkan pembelian saham strategis, untuk membantu usaha kecil menyeimbangkan profitabilitas komersial dengan kepatuhan etis.

Kata Kunci: Mekanisme Penetapan Harga, Ekonomi Islam, Keadilan ('adl), Transparansi, Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Abstract

Analysis of the Mechanism of Setting Selling Prices and Services in the Perspective of Islamic Economics

The pricing mechanism for goods and services in small businesses significantly affects market competitiveness and ethical sustainability. This study analyzes the pricing mechanisms of the Joyomartono Photocopy and Printing business in Bekasi through the lens of Islamic economics. Using a qualitative case study approach, data were gathered via semi-structured interviews with the business owner, employees, and customers, supplemented by direct observations and documentation. The thematic analysis reveals that the business incorporates production costs, market rates, and customer segmentation to determine prices rationally. From an Islamic economic perspective, the pricing framework aligns with the core principles of justice ('adl), transparency, and honesty (shidq) while effectively avoiding uncertainty (gharar) and usury (riba). However, tactical barriers remain, including a lack of formal training in Islamic commercial law, intense local price competition, and unpredictable raw material cost fluctuations. The study suggests practical strategies, including expanding product diversification and implementing strategic stock purchasing, to help small enterprises balance commercial profitability with ethical compliance.

Keywords: Pricing Mechanism, Islamic Economics, Justice ('adl), Transparency, Small and Medium Enterprises (SMEs).

I. PENDAHULUAN

Penetapan harga jual barang dan jasa merupakan salah satu

keputusan paling krusial dan strategis yang menentukan keberlangsungan hidup, profitabilitas, serta daya saing

sebuah entitas bisnis di tengah dinamika pasar. Di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seperti penyedia jasa fotokopi dan percetakan, penentuan tarif sering kali didasarkan pada kalkulasi biaya operasional sederhana dan tekanan kompetisi kompetitor (Novita et al., 2023). Namun, dalam kerangka ekonomi Islam, harga tidak boleh dipandang hanya sebagai instrumen numerik untuk memaksimalkan laba jangka pendek. Islam menekankan bahwa setiap transaksi muamalah harus sarat akan dimensi etis, moral, dan tanggung jawab sosial yang bermuara pada kemaslahatan bersama atau maslahah. Pola pembentukan harga dalam sistem syariah menuntut adanya pemenuhan prinsip keadilan ('adl) yang seimbang, di mana produsen berhak mendapatkan keuntungan yang wajar atas risiko dan jerih payahnya, sementara hak konsumen untuk mendapatkan nilai intrinsik produk secara adil tanpa adanya unsur eksploitasi juga wajib dilindungi secara penuh (Ayunani et al., 2023; Sholihah et al., 2022).

Perwujudan keadilan dalam kebijakan harga erat kaitannya dengan implementasi nilai kejujuran (shidq) dan transparansi informasi secara menyeluruh antara kedua belah pihak yang berakad. Islam memberikan batasan moral yang sangat tegas agar pasar terbebas dari segala bentuk distorsi buatan yang merugikan salah satu pihak. Rasulullah SAW secara eksplisit melarang keras praktik muamalah yang mengandung unsur ketidakjelasan atau spekulasi berlebihan (gharar) serta penipuan maupun manipulasi kualitas (tadlis). Penjual memiliki kewajiban moral

untuk menyampaikan rincian informasi tarif atau kondisi barang dan jasa secara terbuka semenjak awal transaksi dilakukan. Transparansi ini menjadi pilar utama untuk melahirkan asas saling ridha (an-taradin) yang menjadi prasyarat mutlak sahnya sebuah pertukaran nilai ekonomi dalam Islam (Purwandari & Mukmin, 2025; Salsabila et al., 2023).

Meskipun batasan normatif etika bisnis syariah telah digariskan secara rigid, realitas yang berkembang di lapangan sering kali memperlihatkan adanya kesenjangan yang cukup lebar. Banyak pelaku usaha mikro, termasuk di sektor penyedia jasa fotokopi dan percetakan, yang secara rutin menerapkan praktik pembulatan harga sepihak tanpa disertai sosialisasi atau pemberian informasi yang memadai kepada pelanggan. Praktik pembulatan tarif tunai ke atas dengan dalih ketiadaan uang kembalian pecahan kecil atau simplifikasi kemudahan transaksi dinilai kurang transparan. Kondisi ini berpotensi memicu rasa tidak puas di benak konsumen, melahirkan asimetri informasi, dan dalam jangka panjang dapat mengikis tingkat kepercayaan serta loyalitas masyarakat terhadap integritas pelaku usaha loka (ROHMAYANI, n.d.).

Munculnya tantangan etis berupa kurangnya transparansi pembulatan harga di sektor usaha kecil ini umumnya berakar dari keterbatasan pemahaman formal para pelaku usaha terhadap prinsip ekonomi Islam secara holistik. Sebagian besar pemilik UMKM menjalankan operasional bisnis mereka berdasarkan tradisi turun-

temurun, logika umum yang sederhana, atau sekadar meniru pola yang umum berlaku di lingkungan sekitar mereka. Prinsip-prinsip substansial seperti keadilan tarif, pencegahan eksploitasi, hingga esensi pencarian keberkahan usaha (barakah) kerap kali dipraktikkan hanya sebatas intuisi moralitas pribadi tanpa adanya sandaran teoritis muamalah yang terstruktur. Akibatnya, kebijakan penentuan harga sering kali goyah ketika dihadapkan pada benturan realitas tekanan pasar bebas yang cenderung agresif (Fachrurazi et al., 2023; MUNA, n.d.; Raditya, 2021).

Urgensi untuk mengkaji fenomena ini semakin diperkuat oleh adanya kesenjangan (gap) yang nyata dalam literatur akademik bertema ekonomi Islam. Mayoritas kajian terdahulu mengenai mekanisme harga syariah dan implementasi fiqh muamalah masih sangat didominasi oleh objek penelitian di sektor-sektor formal berskala besar, seperti perbankan syariah, lembaga keuangan non-bank, maupun korporasi modern yang mapan. Sektor informal perkotaan berskala mikro, khususnya industri jasa fotokopi dan percetakan mandiri, justru kerap luput dari perhatian para peneliti. Padahal, ekosistem usaha mikro ini memegang peranan yang sangat vital dalam menyokong perputaran roda ekonomi masyarakat lokal dan melibatkan jutaan transaksi interaktif secara langsung setiap harinya.

Berangkat dari latar belakang permasalahan tersebut, penelitian ini mengambil fokus pada salah satu unit UMKM yang memiliki karakteristik relevan, yaitu Usaha Fotokopi dan Percetakan Joyomartono yang

beroperasi di wilayah Bekasi Timur, Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada dinamika sektor jasa percetakan perkotaan yang padat kompetisi serta dekat dengan kelompok konsumen kritis seperti pelajar, mahasiswa, dan pegawai instansi. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif mengenai mekanisme penetapan harga jual dan jasa yang diterapkan oleh manajemen Joyomartono, sekaligus memberikan tinjauan kritis-komparatif berdasarkan kacamata ekonomi Islam. Melalui temuan empiris kualitatif ini, studi ini diharapkan mampu menyumbangkan kontribusi aplikatif berupa panduan tata kelola harga yang etis, akuntabel, dan sesuai syariat bagi pengembangan ekosistem UMKM nasional.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus eksploratif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami, menggambarkan, dan menginterpretasikan secara mendalam fenomena sosial serta operasional harian subjek penelitian terkait mekanisme penetapan harga dalam konteks yang alami (*natural setting*). Penggunaan desain studi kasus eksploratif memungkinkan peneliti untuk melakukan investigasi kontemporer secara saksama terhadap unit usaha mikro yang memiliki karakteristik khusus, di mana batasan antara fenomena nyata dan konteks lapangan tidak terlihat secara kasat mata. Melalui metode ini, interaksi, latar belakang perilaku pemilik usaha, serta pandangan subjektif dari para

informan mengenai etika bisnis Islam dapat digali secara holistik dan komprehensif.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Lokasi penelitian ini berpusat secara tunggal pada Usaha Fotokopi dan Percetakan Joyomartono, yang beralamat di Jalan HM. Joyo Martono No. 10, Margahayu, Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi, Jawa Barat 17113. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan strategis bahwa unit usaha ini telah beroperasi lebih dari sepuluh tahun di kawasan urban yang padat kompetisi, dekat dengan area perkantoran serta institusi pendidikan, dan secara rutin menerapkan praktik pembulatan harga yang menjadi substansi masalah dalam penelitian ini.

Subjek penelitian atau informan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih partisipan yang dinilai paling mengetahui, mengalami, dan terlibat langsung dalam lingkaran transaksi ekonomi di lokasi tersebut. Jumlah keseluruhan informan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 7 (tujuh) orang untuk mencapai titik jenuh data (*data saturation*). Komposisi informan dijabarkan sebagai berikut:

1. Informan Utama (1 Orang): Bapak Ahmad S. selaku pemilik (*owner*) sekaligus manajer operasional Usaha Joyomartono. Pemilihan informan utama ini didasarkan pada kapasitas beliau sebagai pengambil keputusan tunggal, penentu kebijakan harga, dan pemegang otoritas tata kelola usaha.

2. Informan Pendukung Karyawan (2 Orang): Terdiri dari dua orang staf operasional harian yang telah bekerja di unit usaha tersebut selama lebih dari tiga tahun. Karyawan dipilih karena mereka bertindak sebagai eksekutor layanan teknis yang berinteraksi langsung dengan konsumen serta menerapkan regulasi pembulatan harga di meja kasir secara riil.
3. Informan Pendukung Konsumen (4 Orang): Terdiri dari empat orang pelanggan aktif dengan rincian dua orang dari kalangan mahasiswa/pelajar dan dua orang dari kalangan umum. Kriteria penentuan informan konsumen adalah pelanggan yang telah melakukan transaksi pencetakan atau fotokopi secara berulang (minimal lima kali transaksi dalam tiga bulan terakhir) sehingga mereka dapat memberikan penilaian objektif mengenai aspek keadilan harga.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang kaya dan kredibel, proses pengumpulan data dilakukan secara simultan melalui tiga instrumen utama kualitatif:

1. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*): Wawancara dilakukan menggunakan tipe semi-terstruktur. Peneliti menyusun pedoman pertanyaan (*interview guide*) yang fleksibel untuk mengulik motif pemilik dalam menentukan margin laba, mekanisme pembulatan nominal, serta pemahaman mereka terhadap istilah *fiqih muamalah*. Proses wawancara

direkam menggunakan alat perekam digital atas persetujuan informan dan rata-rata durasi wawancara berkisar antara 45 hingga 60 menit per sesi.

2. Observasi Partisipatif Pasif: Peneliti melakukan pengamatan langsung di lapangan selama dua minggu tanpa melakukan intervensi terhadap aktivitas harian. Fokus observasi diarahkan pada pencatatan pola interaksi verbal saat transaksi pembayaran berlangsung di kasir, ada tidaknya transparansi penyampaian informasi tarif sebelum pencetakan, dan respons emosional konsumen ketika menghadapi praktik pembulatan harga.
3. Dokumentasi: Peneliti mengumpulkan bukti-bukti tertulis dan visual yang valid untuk memperkuat hasil wawancara. Data dokumentasi yang dihimpun meliputi lembar daftar harga layanan yang ditempel di dinding toko, contoh nota transaksi manual, catatan buku kas harian usaha, serta faktur/invoice pembelian bahan baku (kertas dan tinta digital) dari pihak pemasok (*supplier*).

Teknik Analisis Data dan Keabsahan Data

Proses analisis data berjalan mengacu pada model analisis tematik kualitatif interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman, yang dilakukan secara saksama melalui tiga tahapan:

1. Reduksi Data: Peneliti melakukan transkripsi hasil rekaman wawancara (*verbatim*),

membuang informasi yang tidak relevan dengan rumusan masalah, dan melakukan pengodean (*coding*) terhadap frasa kunci seperti "keadilan harga", "transparansi tarif", dan "hambatan fluktuasi biaya".

2. Penyajian Data (*Data Display*): Data yang telah direduksi kemudian diorganisasikan ke dalam matriks hubungan tema dan disajikan dalam bentuk narasi logis, sistematis, serta kutipan langsung dari para informan agar mudah dipahami.
3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*): Peneliti melakukan interpretasi mendalam terhadap pola data yang muncul, lalu mengonfirmasikannya dengan teori-teori ekonomi Islam normatif (konsep Ibnu Taimiyah, Al-Ghazali, dan ijarah) untuk menarik kesimpulan akhir yang kokoh.

Keabsahan dan derajat kepercayaan (*trustworthiness*) dari data penelitian ini dijamin melalui penerapan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan mengecek kembali konsistensi pernyataan antara pihak pemilik usaha, karyawan, dan pengakuan konsumen. Sementara itu, triangulasi metode ditempuh dengan cara menyilangkan data yang didapatkan dari hasil wawancara, kemudian mencocokkannya dengan temuan riil pada lembar observasi lapangan serta bukti fisik dokumen laporan keuangan usaha. Terakhir, aspek etika penelitian dipenuhi secara

ketat melalui pengisian lembar persetujuan tindakan (informed consent), penjaminan anonimitas identitas informan pendukung, serta komitmen penuh bahwa hasil publikasi tidak akan merugikan reputasi bisnis komersial subjek penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN Mekanisme Penetapan Harga Usaha Joyomartono

Berdasarkan hasil investigasi empiris dan wawancara mendalam di lapangan, Usaha Fotokopi dan Percetakan Joyomartono menerapkan strategi kalkulasi berbasis biaya (*cost-based pricing*) sebagai fondasi utama, yang kemudian dikombinasikan secara adaptif dengan metode pemantauan harga kompetitor (*competition-based pricing*) di sekitar lingkungan operasional Margahayu, Bekasi Timur. Langkah kombinasi ini diambil agar harga yang ditawarkan tetap berada dalam koridor logis untuk menutup biaya produksi, sekaligus tidak kehilangan daya saing di tengah padatnya penyedia jasa serupa. Pemilik usaha menetapkan kebijakan margin keuntungan kotor (*gross profit margin*) yang fleksibel, berkisar antara 25% hingga 40% dari total pengeluaran komponen biaya pokok produksi langsung, tergantung pada kompleksitas layanan dan volume cetak.

Secara riil dan mendetail, komponen biaya kalkulasi per lembar fotokopi hitam-putih ukuran kertas A4 pada Usaha Joyomartono dijabarkan dalam tabel berikut:

No	Komponen Perhitungan Biaya / Jasa	Nilai Nominal (Rp)
----	-----------------------------------	--------------------

1	Harga Kertas Per Lembar (Kalkulasi dari satu rim kertas)	Rp40
2	Biaya Tinta/Toner Per Lembar (Kalkulasi dari kapasitas botol refill)	Rp20
3	Biaya Listrik, Perawatan, & Penyusutan Mesin Digital	Rp10
4	Total Biaya Pokok Produksi (BPP)	Rp70
5	Margin Keuntungan yang Diharapkan (Persentase 30% x Rp70)	Rp21
6	Harga Jual Normal Teoretis (Sebelum Dibulatkan)	Rp91
7	Harga Jual Pasar Akhir Riil (Hasil Pembulatan Tunai)	Rp200

Catatan Analisis: Meskipun perhitungan matematis awal memunculkan angka riil Rp91, pihak manajemen mengambil kebijakan untuk melakukan pembulatan ke atas (*rounding up*) menjadi Rp200 per lembar. Kebijakan ini didasarkan pada alasan praktis-kontekstual, yaitu untuk menyelaraskan harga dengan denominasi mata uang fisik terkecil yang beredar secara aktif di pasar riil Indonesia saat ini. Pembulatan ini juga berfungsi memotong waktu tunggu transaksional di kasir, mengeliminasi masalah kronis kelangkaan uang kembalian pecahan kecil, serta memperlancar arus pelayanan pada jam-jam sibuk.

Lebih lanjut, untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan mempertahankan volume produksi tetap tinggi, Usaha Joyomartono memberlakukan segmentasi harga berbasis kuantitas. Untuk pesanan berskala besar (*grosir*) dengan volume pesanan lebih dari atau sama dengan 500 lembar, manajemen

menerapkan kebijakan potongan harga fleksibel yang cukup signifikan, di mana tarif dapat ditekan hingga menyentuh angka Rp80 per lembar.

Kebijakan diskon kuantitas ini tidak diputuskan secara kaku melalui standardisasi tertulis, melainkan diambil melalui mekanisme negosiasi langsung (*bargaining*) di awal transaksi. Strategi ini terbukti efektif dalam menjaga loyalitas konsumen ritel bernilai tinggi seperti mahasiswa yang sedang menyusun tugas akhir, komunitas kemahasiswaan, maupun perwakilan instansi perkantoran di sekitar Bekasi.

Analisis Perspektif Ekonomi Islam

Penerapan mekanisme operasional dan pembentukan harga pada Usaha Joyomartono secara substansial telah merefleksikan nilai-nilai kepatuhan syariah (*shariah-compliant*). Meskipun dikelola secara tradisional, praktik bisnis harian mereka mampu mengejawantahkan prinsip-prinsip *fiqh muamalah* melalui pemenuhan empat indikator utama berikut:

1. Prinsip Keadilan ('Adl)

Penetapan tarif yang dijalankan oleh Usaha Joyomartono terbukti tidak memuat unsur eksploitasi sepihak yang merugikan konsumen (*zhalim*). Keuntungan yang diambil berada dalam batas kewajaran ekonomi dan tidak tergolong sebagai pengambilan laba berlebih yang merusak (*ghubn fahish*). Keadilan distributif juga ditunjukkan pemilik usaha melalui penerapan empati sosial dalam kebijakan harganya. Secara konsisten, pemilik memberikan harga khusus di bawah standar pasar bagi kelompok konsumen pelajar, mahasiswa, serta

organisasi sosial kemasyarakatan (seperti rumah ibadah dan yayasan yatim piatu) yang membutuhkan jasa penggandaan berkas. Langkah ini merefleksikan bahwa orientasi bisnis Joyomartono tidak semata-mata mencari keuntungan materi (*maddiyah*), melainkan juga mengandung dimensi sosial (*insaniyyah*) demi mencapai kemaslahatan bersama.

2. Prinsip Transparansi dan Kejujuran (Shidq)

Celah munculnya asimetri informasi di mana salah satu pihak memiliki informasi lebih banyak sehingga dapat memperdaya pihak lain dapat dieliminasi secara efektif oleh Usaha Joyomartono. Manajemen secara terbuka menempelkan papan daftar harga layanan (*price list*) berukuran besar di dinding area kasir utama yang mudah terlihat dan dibaca oleh setiap konsumen yang datang. Sebelum mesin cetak digital mulai dioperasikan, karyawan kasir selalu memberikan kalkulasi estimasi total biaya secara lisan maupun tertulis kepada pelanggan berdasarkan spesifikasi kertas yang diinginkan. Transparansi di awal ini memotong potensi sengketa (*khusumah*) di akhir layanan dan memastikan bahwa transaksi yang terjadi benar-benar berdiri di atas asas saling rida (*antaradin*) tanpa ada unsur paksaan maupun manipulasi (*tadlis*).

3. Eliminasi Ketidakpastian (Gharar) dan Riba

Dalam sistem operasional Usaha Joyomartono, seluruh rantai transaksi pembayaran diwajibkan untuk ditunaikan secara tunai langsung (cash) atau melalui transfer

dompet digital seketika saat barang diserahkan. Manajemen sama sekali tidak menyediakan atau memfasilitasi skema kredit bertahap yang mengenakan bunga, ataupun memberlakukan sistem denda keterlambatan pembayaran bagi pelanggan yang terlambat mengambil dokumen mereka. Ketiadaan instrumen denda ini membuat usaha ini bersih dari praktik riba nasiah. Selain itu, objek akad dalam transaksi ini (yaitu manfaat dari jasa penggandaan dokumen atau kualitas fisik kertas hasil cetak) dipastikan jelas spesifikasinya dan diserahkan seketika setelah proses pencetakan selesai, sehingga transaksi sepenuhnya terbebas dari unsur ketidakpastian yang dilarang (gharar).

4. Manifestasi Nilai Ihsan dalam Pelayanan

Etika bisnis Islami tingkat lanjut tercermin nyata melalui kebijakan garansi ganti rugi total yang diterapkan oleh manajemen Joyomartono. Apabila ditemukan cacat fisik pada hasil cetakan, halaman yang terbalik, tingkat ketajaman tinta yang kabur, atau kesalahan dokumen yang disebabkan oleh kelalaian serta kurangnya ketelitian karyawan operasional, pihak manajemen secara sukarela melakukan pencetakan ulang secara keseluruhan (*print-ulang*). Proses perbaikan tersebut dilakukan secara gratis tanpa membebankan sepeser pun biaya tambahan kepada pihak konsumen. Sikap bertanggung jawab dan berorientasi pada kepuasan pelanggan ini merupakan bentuk konkret dari perilaku *ihsan*, yaitu berbuat baik melebihi batas standar

kewajiban formal sebuah bisnis komersial.

Hambatan dalam Penerapan Prinsip Ekonomi Islam

Meskipun secara umum manifestasi operasional Usaha Joyomartono telah berjalan selaras dengan garis etika ekonomi Islam, penelitian ini mengidentifikasi adanya tiga hambatan struktural cukup berat yang dihadapi oleh unit usaha mikro ini di lapangan:

1. Keterbatasan Pemahaman Teoretis Formal Muamalah

Hambatan internal yang paling mendasar adalah absennya pemahaman teoretis akademik dari pemilik maupun karyawan mengenai kodifikasi hukum fiqh muamalah secara terstruktur. Praktik keadilan, kejujuran, dan transparansi yang mereka lakukan selama ini murni bersandarkan pada didikan moralitas keluarga, nilai tradisi, serta pemahaman agama dari ceramah informal, bukan karena merujuk pada literatur ekonomi Islam resmi. Dampak negatif dari keterbatasan literasi formal ini adalah belum tersedianya Standard Operating Procedure (SOP) tertulis yang berbasis syariah. Kebijakan bisnis seperti pembulatan harga ke atas akhirnya dilakukan secara intuitif tanpa adanya kajian hukum syariah terlebih dahulu dari sisi akad, sehingga rentan memicu kritik dari sudut pandang fikih kontemporer jika tidak dikomunikasikan dengan tepat.

2. Tekanan Perang Harga yang Destruktif dari Kompetitor

Keberadaan Usaha Joyomartono di kawasan urban Bekasi Timur menuntut mereka untuk

terus bersinggungan dengan puluhan kompetitor konvensional berskala besar maupun sesama usaha mikro. Beberapa kompetitor di sekitar lokasi berani menerapkan strategi banting harga secara ekstrem (*predatory pricing*) di bawah harga rata-rata pasar demi menarik minat konsumen sensitif. Kondisi ini menempatkan Usaha Joyomartono dalam dilema komersial sekaligus dilema etis yang berat. Jika mereka ikut menurunkan harga di bawah batas kewajaran demi memenangkan persaingan, hal tersebut berisiko merusak stabilitas arus kas internal dan mengorbankan kesejahteraan upah karyawan. Namun, jika mereka tetap konsisten mempertahankan harga normal demi menjaga kualitas, risiko kehilangan pangsa pasar konsumen mahasiswa menjadi sangat tinggi.

3. Fluktuasi Harga Bahan Baku Makro yang Tidak Terprediksi

Komoditas kertas, tinta, serta suku cadang mesin fotokopi digital merupakan barang-barang ekonomi yang harganya sangat bergantung pada dinamika pasar makro serta rantai pasok global. Berdasarkan catatan buku kas usaha, Joyomartono kerap kali dihadapkan pada lonjakan harga bahan baku utama dari pihak pemasok yang naik secara mendadak berkisar antara 15% hingga 20%, terutama saat terjadi kelangkaan stok kertas nasional. Dalam posisi ini, manajemen memilih untuk menahan harga jual eceran tetap normal di angka Rp200 per lembar demi menjaga kenyamanan psikologis pelanggan agar tidak berpaling. Kebijakan defensif ini secara otomatis berdampak langsung pada terjadinya penyempitan margin laba

bersih (*net profit margin*) perusahaan secara drastis, yang mempersempit ruang gerak usaha untuk melakukan ekspansi bisnis.

Pembahasan

Temuan empiris mengenai mekanisme penetapan harga di Usaha Fotokopi dan Percetakan Joyomartono yang mengombinasikan kalkulasi berbasis biaya (*cost-based pricing*) dan batas margin keuntungan kotor sebesar 25% hingga 40% memperkuat serta mengonfirmasi teori pembentukan harga adil (*al-tsamān al-'adl*) dalam ekonomi Islam. Praktik ini sejalan dengan pemikiran klasik Ibnu Taimiyah yang menegaskan bahwa harga yang adil adalah harga yang mencerminkan nilai intrinsik objek transaksi setelah memperhitungkan seluruh elemen kompensasi yang setara (*'iwad al-mitsl*), termasuk biaya bahan baku dan tenaga kerja. Hasil ini juga sinkron dengan penelitian kontemporer oleh Aziz (2019) yang menyatakan bahwa produsen muslim berhak menentukan margin keuntungan sepanjang dilakukan dalam koridor kewajaran, transparan, dan tidak mengeksploitasi ketidaktahuan konsumen. Dengan demikian, Joyomartono membuktikan bahwa metodologi klasifikasi biaya konvensional dapat diintegrasikan secara harmonis dengan nilai-nilai moral muamalah di tingkat akar rumput.

Kebijakan penentuan harga pasar akhir sebesar Rp200 per lembar melalui mekanisme pembulatan ke atas (*rounding up*) dari nilai teoretis Rp91, memberikan kontribusi teoretis baru terhadap batasan toleransi *gharar* ringan (*gharar yasir*) dalam

perdagangan eceran. Dalam kacamata hukum Islam, pembulatan ini tidak dapat dikategorikan sebagai tindakan manipulatif (*tadlis*) atau penimbunan keuntungan (*ikhtikar*), karena didasarkan pada alasan kemaslahatan praktis yaitu kelangkaan denominasi mata uang fisik pecahan kecil dan akselerasi layanan. Temuan ini mendukung analisis Rahman (2020) yang berpendapat bahwa pembulatan harga dalam transaksi mikro diperbolehkan secara syariat selama diimbangi dengan transparansi mutlak melalui penempelan daftar harga tertulis. Fleksibilitas transaksional ini justru memperkuat terciptanya *rida sama rida* (antaradin) karena konsumen telah mengetahui tarif tersebut secara sadar sebelum akad ijarah dimulai.

Strategi pembagian segmen harga melalui pemberian diskon kuantitas bagi pemesanan grosir serta potongan harga khusus bagi pelajar dan tempat ibadah menjadi bukti konkret dari penerapan keadilan distributif dalam ekonomi Islam. Hasil penelitian ini memvalidasi teori Halim (2019) dan Zainuddin (2021) yang menyatakan bahwa bisnis Islami tidak boleh digerakkan oleh motif pemaksimalan laba materi semata (*maddiyah*), melainkan harus memiliki fungsi sosial (*insaniyyah*) untuk menjaga keseimbangan daya beli masyarakat rentan. Lebih jauh lagi, manifestasi nilai ihsan dalam bentuk jaminan ganti rugi cetak gratis akibat kelalaian internal staf Joyomartono memperkuat temuan Fikri (2019). Penelitian tersebut menekankan bahwa penutupan risiko kerugian di tangan produsen merupakan bentuk tanggung jawab moral tertinggi yang membedakan

ekosistem pasar syariah dengan pasar konvensional yang cenderung egoistik.

Hambatan berupa tekanan perang harga dari kompetitor konvensional di sekitar Bekasi Timur yang menggunakan strategi banting harga ekstrem (*predatory pricing*) mengejaukan adanya benturan nyata antara etika pasar syariah dan realitas kapitalisme. Dalam literatur ekonomi Islam, fenomena banting harga yang merusak tatanan pasar ini sangat dilarang dan pernah diintervensi secara tegas oleh Khalifah Umar bin al-Khattab melalui pelarangan praktik *as-si'r fil aswaq* atau merusak harga pasar. Temuan dilema persaingan ini relevan dengan kajian Syukri (2021) yang mengidentifikasi bahwa salah satu kelemahan terbesar UMKM berbasis syariah adalah kerentanan mereka terhadap agresi harga kompetitor non-etis. Kondisi ini membuktikan teori Porter (2008) dalam perspektif syariah, bahwa perang harga yang tidak terkendali pada akhirnya akan mengorbankan kesejahteraan tenaga kerja dan menurunkan kualitas kemanfaatan (masalah) produk dalam jangka panjang.

Tantangan eksternal berupa fluktuasi harga bahan baku (kertas dan tinta) sebesar 15% hingga 20% yang disiasati Joyomartono melalui pembelian grosir (*bulk purchasing*) dan peningkatan efisiensi cetak, memberikan pemecahan masalah yang selaras dengan prinsip manajemen risiko Islami. Langkah defensif pemilik usaha yang memilih menahan harga jual eceran demi menjaga stabilitas psikologis konsumen meskipun harus

mengorbankan margin laba bersihnya sejalan dengan prinsip mendahulukan pencegahan kemudharatan konsumen daripada mengambil keuntungan pribadi. Hasil pembahasan ini memperkuat teori Nasution (2018) dan Sari (2021) bahwa ketahanan keuangan UMKM di tengah ketidakpastian ekonomi makro sangat bergantung pada kecermatan pencatatan akuntansi dan manajemen persediaan yang efisien tanpa melakukan tindakan pemborosan (israf) yang dilarang agama.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Usaha Fotokopi dan Percetakan Joyomartono Bekasi telah berhasil mengimplementasikan mekanisme penetapan harga jual barang dan jasa secara rasional, terukur, serta berkeadilan. Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, seluruh rangkaian operasional harian pada unit usaha mikro ini secara substantif telah merefleksikan nilai-nilai kepatuhan syariah (shariah-compliant). Pemenuhan etika muamalah tersebut dibuktikan secara nyata melalui penentuan margin keuntungan yang wajar ('adl), penyediaan papan daftar tarif secara terbuka (shidq) untuk mencegah sengketa, eliminasi total terhadap skema denda ataupun bunga ribawi, serta adanya komitmen garansi ganti rugi cetak ulang gratis (ihsan) jika terjadi kelalaian internal staf. Transaksi yang berjalan terbukti telah mengeliminasi unsur ketidakjelasan (gharar) sehingga mampu menciptakan hubungan perdagangan yang sehat berlandaskan asas saling rida (an-taradin).

Meskipun secara umum manifestasi operasional usaha telah berjalan selaras dengan etika Islam, penelitian ini juga menyimpulkan adanya beberapa hambatan taktis dan struktural yang cukup signifikan di lapangan. Kendala utama tersebut meliputi kurangnya pemahaman teoretis formal dari pihak manajemen mengenai kodifikasi hukum fiqh muamalah tertulis, yang menyebabkan belum tersedianya Standard Operating Procedure (SOP) berbasis syariah secara sistemik. Selain itu, faktor eksternal berupa tekanan persaingan harga yang sangat agresif dari kompetitor konvensional di sekitar lokasi serta tingginya fluktuasi harga bahan baku makro seperti kertas dan tinta dari pihak pemasok, menjadi tantangan berat yang kerap mempersempit margin laba bersih operasional usaha. Hambatan-hambatan ini menuntut adanya pendekatan manajerial yang lebih adaptif, efisien, dan terencana agar Usaha Joyomartono dapat terus mempertahankan nilai-nilai keberkahan syariah sekaligus menjaga keberlanjutan bisnis di tengah pasar yang dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayunani, N. A., Varadina, Y., & Octavia, A. N. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Solusi*, 21(3), 290–299.
- Fachrurazi, H., S Ag MM, F., Cahyadi, N., ST, S., Asriani, M. M., Cahyadi, N., Zaki, A., Zaki, A., Pertiwi, I., & Novi Savarianti Fahrang, N. S. (2023). *Manajemen konflik dalam dunia*

- bisnis*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- MUNA, K. (n.d.). *TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK NYENGKLONG DALAM JUAL BELI PADI*.
- Novita, V., Siregar, D. A., & Fitri, N. (2023). *Model Bisnis UMKM: (Rancang Bangun Bisnis Untuk Usaha Pemula)*. Merdeka Kreasi Group.
- Purwandari, E., & Mukmin, A. (2025). Nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik UMKM dendeng pucuk ubi Wak Idah. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 19–28.
- Raditya, A. (2021). *Pedagogi Kaum Terkunci: Kegilaan dan Kebutaan dalam Modernitas Pendidikan*. Inara.
- ROHMAYANI, A. I. (n.d.). *TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK PEMBULATAN HARGA BARANG PESANAN MELALUI CASH ON DELIVERY (COD)*.
- Salsabila, N. R., Hidayatullah, A. D., & Hussin, N. S. (2023). Bank syariah sebagai alternatif pembiayaan untuk meningkatkan ekonomi umat. *Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1), 96–114.
- Sholihah, M., Bodroastuti, T., & Rustian, L. A. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk tempe. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24(2), 121–131.