

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ajaran Islam tidak hanya diperuntukkan bagi umat Islam saja akan tetapi juga untuk seluruh umat manusia. Islam mengajarkan kepada umat manusia untuk menjaga dan melindungi alam sekitarnya. Islam juga tidak membeda-bedakan dalam urusan muamalah karena muamalah diperlukan untuk menjaga hubungan dan keharmonisan antara manusia serta mengatur kehidupan di dunia. Muamalah merupakan aturan dalam Islam yang berkaitan dengan hubungan antara manusia seperti kegiatan bisnis.¹

Islam menegaskan bahwa kegiatan manusia dalam berbisnis atau berdagang bukan semata-mata untuk mencari keuntungan, melainkan harus mengimplementasikan akhlak mulia sebagai landasannya.² 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.³

Berdagang merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan Rasulullah, telah menyatakan bahwa sembilan dari

¹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 221.

² Jafriil Khalil, *Jihad Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2010), h. 46.

³ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economic* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 96.

sepuluh pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang.⁴ Artinya melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka, sehingga karunia Allah terpancar dari padanya, jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (٢٧٥)

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”⁵

Bisnis merupakan suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan distribusi atau penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit atau keuntungan.⁶ Sedangkan pengertian bisnis menurut Hughes dan Kapoor dalam Buchari Alma ialah *Business is the organized differt of individual to produce and sell for a*

⁴ Veithzal, dkk, *Islamic Business And Economic Ethics*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), h. 32.

⁵ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, (Depok: Cahaya Qur'an, 2008), h. 47.

⁶ Veithzal, dkk, *Op. Cit.*, 12.

*profit, the goods and service that satisfy society's needs, the general term business refers to all such efforts within a society or within an industry.*⁷

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.

Kegiatan bisnis yang menjadi objek penelitian ini adalah usaha percetakan. Usaha Percetakan adalah salah satu usaha yang tidak akan pernah sepi pengunjungnya hingga tak heran jika bisnis ini banyak dilakukan oleh pebisnis pemula. Walaupun semakin hari semakin banyak orang yang membuka bisnis ini, namun pasar bisnis ini sangat besar sehingga memiliki peluang yang besar. Apalagi di era saat ini, kebutuhan akan promosi memang sangat dibutuhkan oleh sebuah perusahaan. Semua bentuk promosi bahkan membutuhkan media dari percetakan. Intinya, dimanapun dan kapanpun kamu pergi maka kamu akan bisa menjumpai produk percetakan.⁸

Bisnis percetakan saat ini makin berkembang dengan adanya digital printing. Digital Printing adalah salah satu peluang usaha paling populer saat ini. Pasalnya, teknik percetakan ini memiliki banyak sekali kelebihan dibandingkan yang konvensional. Untuk proses pengerjaan dari teknik percetakan digital printing ini memang jauh lebih cepat dengan kualitas hasil yang sangat maksimal. Selain itu, ada banyak

⁷ Buchari Alma, dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: ALFABETA, 2009), h. 243.

⁸ "Memulai Bisnis Percetakan Dari Perencanaan Hingga Operasional" <https://koinworks.com/blog/memulai-bisnis-percetakan/>, diakses pada 16 November 2021, pukul 12:07 WIB.

sekali variasi produknya, sehingga untuk bisnis digital printing akan lebih fleksibel untuk mendapatkan pasar yang lebih luas.⁹

Usaha bisnis percetakan digital ini memang mulai berkembang dan akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini. Sehingga peluang usaha ini juga akan semakin terbuka lebar untuk usaha percetakan. Keberhasilan sebuah usaha sangat ditentukan oleh ketepatan strategi yang digunakan, seperti kualitas pelayanan yang baik dan penetapan harga jual dan jasa yang tepat.¹⁰

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jasa diartikan sebagai perbuatan yang memberikan segala sesuatu yang diperlukan orang lain; layanan; servis. Menurut Haksever, jasa atau pelayanan (*service*) merupakan kegiatan ekonomi yang menghasikan waktu, tempat, bentuk, dan kegunaan psikologis. Sedangkan menurut Edvardsson, jasa atau pelayanan adalah kegiatan, proses, dan interaksi, serta merupakan perubahan dalam kondisi orang atau sesuatu dalam kepemilikan pelanggan. Jasa juga merupakan kegiatan, perbuatan, atau kinerja yang bersifat tidak nampak. Jasa juga merupakan struktur komprehensif, bukan tunggal, dan secara konsisten digunakan secara unidimensional.¹¹

Adapun Kotler mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud) dan tidak

⁹ “Memulai Bisnis Percetakan Dari Perencanaan Hingga Operasional” <https://koinworks.com/blog/memulai-bisnis-percetakan/>, diakses pada 16 November 2021, pukul 12:07 WIB.

¹⁰ “Memulai Bisnis Percetakan Dari Perencanaan Hingga Operasional” <https://koinworks.com/blog/memulai-bisnis-percetakan/>, diakses pada 16 November 2021, pukul 12:07 WIB.

¹¹ Dorothea Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 11.

mengakibatkan kepemilikan apapun.¹² Jadi pada dasarnya, jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah.¹³

Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen.¹⁴ Harga yang ditetapkan juga harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut, sedangkan bagi konsumen harga merupakan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan membeli, sehingga sebuah perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menetapkan harga.

Mekanisme penetapan harga yang tepat menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli sehingga tidak ada pihak yang terzalimi. Pendapat ini seperti yang diungkapkan Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi: “Penentuan harga mempunyai dua bentuk; ada yang boleh dan ada yang haram. Penentuan harga oleh pemerintah (tas’ir) ada yang zalim, itulah yang diharamkan dan ada yang adil, itulah yang dibolehkan”.¹⁵ Penetapan harga adalah ketetapan harga yang telah ditentukan oleh pihak yang berhak untuk menentukan harga tersebut. Dalam penetapan harga, suatu barang maka harus disepakati dan berlaku secara umum.

Konsep harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah merupakan harga nilai barang yang dibayar untuk objek yang sama diberikan, pada waktu

¹² Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), h. 26.

¹³ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 6.

¹⁴ Pandji Anoraga, *Loc. Cit.*

¹⁵ Hasan. M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 115.

dan tempat yang diserahkan barang tersebut. Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain.¹⁶ Dengan harga yang adil, kedua pihak akan memperoleh kepuasan masing-masing serta tidak ada pihak yang dirugikan.

Penetapan-penetapan harga jual dan jasa 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. Penetapan harga jual dan jasa seperti itu mengandung unsur ketidakjelasan dan tidak sesuai dengan prinsip ekonomi syariah yang menerapkan konsep jual beli yang baik, jujur, adanya ketidakjelasan dan merugikan orang lain.

Ketidakjelasan dalam penetapan harga jual dan jasa dapat menimbulkan berbagai konsekuensi, tindakan penetapan harga jual dan jasa 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 bahkan stigma “semakin banyak kita membeli semakin murah” dan masyarakat sebagai konsumen menerimanya, namun ada baiknya para pelaku bisnis menerapkan jual beli yang baik, jujur, adanya kejelasan dan tidak merugikan orang lain. Dari latar belakang masalah diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Kertas dan Jasa Percetakan dalam Ekonomi**

¹⁶ Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2010), h. 210.

Syariah” (Studi Kasus CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang).

B. Identifikasi Masalah

Dari hasil uraian latar belakang di atas maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini yaitu:

1. Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga yang ditetapkan juga harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut, sedangkan bagi konsumen harga merupakan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan membeli, sehingga sebuah perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menetapkan harga. Jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud) dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jadi pada dasarnya, jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah. Adapun jenis masalah dalam skripsi ini adalah kurangnya pelaku bisnis dalam memperhatikan bagaimana mekanisme penetapan harga jual kertas.
2. Kurangnya pelaku bisnis dalam memperhatikan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam berbisnis. Seperti adanya ketidakjelasan dalam mekanisme penetapan harga jual kertas dan jasa percetakan yang digunakan di CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang, yaitu penetapan harga suatu produk atau barang yang tidak berdasarkan

nilai mata uang yang berlaku dan penetapan laba yang terlalu tinggi di bidang jasa percetakan.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah digunakan untuk membatasi masalah agar sebuah masalah mempunyai ruang lingkup yang jelas sehingga pembahasan tidak berkepanjangan. Batasan masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini hanya memfokuskan penelitian tentang kurangnya pelaku bisnis dalam memperhatikan bagaimana mekanisme penetapan harga jual kertas dan kurangnya pelaku bisnis dalam memperhatikan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam berbisnis. Seperti adanya ketidakjelasan dalam mekanisme penetapan harga jual kertas dan jasa percetakan yang digunakan di CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang, yaitu penetapan harga suatu produk atau barang yang tidak berdasarkan nilai mata uang yang berlaku dan penetapan laba yang terlalu tinggi di bidang jasa percetakan.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme penetapan harga jual kertas dan jasa percetakan pada CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap mekanisme penetapan harga jual kertas dan jasa percetakan pada CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang tersebut?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme penetapan harga jual kertas dan jasa percetakan pada CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang.
2. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap mekanisme penetapan harga jual kertas dan jasa percetakan pada CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, dapat digunakan sebagai bahan kajian ilmiah dari teori-teori yang pernah didapat dan mengaplikasikan secara empiris dengan harapan dapat bermanfaat pada mekanisme penetapan harga jual kertas dan jasa percetakan berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah.
2. Bagi CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pelaku usaha untuk dijadikan landasan dan pertimbangan dalam kegiatan bisnis khususnya dalam menetapkan harga jual kertas dan jasa percetakan berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah.
3. Bagi Akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi Mahasiswa yang melakukan penelitian serupa. Disamping itu, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi akademika di

Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten.

4. Bagi Masyarakat, hasil penelitian ini di harapan dapat menjadi landasan bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan belanja untuk memperhatikan kejelasan yang ditetapkan oleh pelaku usaha.

G. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan merupakan suatu rangkaian penelitian yang sudah dilakukan oleh seorang peneliti yang dijadikan sebagai acuan, gambaran atau deskripsi penelitian yang akan dilakukan, sebelum penelitian dijadikan sebagai gambaran atau deskripsi penelitian yang akan dilakukan sebaiknya kita terlebih dahulu melihat apakah terdapat persamaan maupun perbedaan yang ada di penelitian yang akan kita lakukan, kemudian memahami titik fokus dari penelitian serta variabel apa saja yang digunakan dalam penelitian.

Dalam sebuah penelitian, sering ditemui tema yang berkaitan dengan penelitian yang kita lakukan, walaupun demikian arah maupun tujuan yang diteliti memiliki perbedaan. Pada penelitian ini, peneliti menemukan beberapa sumber penelitian lain yang membahas terkait Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Kertas dan Jasa Percetakan dalam Ekonomi Syariah.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1.	M. Agus Maryanto, Reni Hariani, Deva Mardalena. ¹⁷	Analisis Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pedagang Pakaian Dalam Penetapan Harga Di Pasar Dempo Permai Kota Pagar Alam	Metode Deskriptif Kualitatif	Pedagang pakaian di Pasar Dempo Permai Kota Pagar Alam menggunakan metode penetapan harga berbasis biaya, dan menggunakan prinsip berdagang dalam Islam. Maka penetapan harga yang diberlakukan oleh pedagang pakaian di Pasar Dempo Permai Kota Pagar Alam sudah sesuai dengan hukum Islam, keuntungan yang diperoleh juga sesuai dengan hukum Islam karena

¹⁷ M. Agus Maryanto, dkk, "Analisis Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pedagang Pakaian Dalam Penetapan Harga Di Pasar Dempo Permai Kota Pagar Alam", (Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Islam Kota Pagaralam, 2020).

				manfaat dari keuntungan tersebut untuk berjalannya usaha mereka.
2.	Hasnah ¹⁸	Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Prasmanan Arhy Di Makassar)	Metode penelitian kualitatif	Mekanisme penetapan harga di rumah makan prasmanan Arhy, menggunakan metode penetapan harga berbasis harga, yang mencerminkan konsep penetapan harga yang baik, yaitu penjual menetapkan harga berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang di tambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung.

¹⁸ Hasnah, "Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Prasmanan Arhy Di Makassar)", (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, 2013).

				<p>Sedangkan menurut pandangan hukum Islam, penetapan harga di rumah makan Arhy sudah sesuai Hukum Islam karena kebijakan menetapkan harga yang dibuat oleh pengelola rumah makan Prasmanan Arhy termasuk strategi pemasaran dalam berusaha. Mengenai harga yang disamakan dalam hal pengambilan porsi makan yang banyak dengan porsi makan yang sedikit itu merupakan srategi dalam berdagang agar dapat menarik para pembeli, selama tidak ada</p>
--	--	--	--	--

				kecurangan antara penjual dan pembeli tidak ada unsur keterpaksaan makan dibolehkan.
3.	Muhammad Nasir ¹⁹	Analisis Penetapan Harga Pedagang Ikan Asin Di Pasar Tradisional Ditinjau Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Ikan Asin Di Pasar Tradisional Kota Fajar Kabupaten Aceh Selatan)	Metode penelitian kualitatif	Hasil penelitian ini di temukan bahwa Penentuan harga dalam jual-beli ikan asin di pasar tradisional Kota Fajar adalah berdasarkan harga yang berlaku di pasaran dan harga yang berlaku saat itu, kemudian yang membedakan harga antara para pedagang yaitu darimana asal pasokan ikan Asin tersebut. Tinjauan hukum Islam

¹⁹ Muhammad Nasir, “Analisis Penetapan Harga Pedagang Ikan Asin Di Pasar Tradisional Ditinjau Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Ikan Asin Di Pasar Tradisional Kota Fajar Kabupaten Aceh Selatan)”, (Skripsi Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2017).

				<p>tentang perbedaan harga dalam jual beli ikan di pasar tradisional Kota Fajar secara keseluruhan sudah sesuai dengan konsep harga dalam Islam, untuk rukun dan syarat dalam jual belinya juga sudah terpenuhi. Tetapi masih banyak kekurangan dalam hal tata cara transaksi yang mereka lakukan, karena masih ada kecurangan dan penipuan dalam jual beli tersebut. Para pedagang juga belum mampu mempraktekkan sebagaimana yang diajarkan oleh Rasulullah SAW</p>
--	--	--	--	---

				dalam berdagang, sehingga jual beli yang mereka lakukan terlarang dalam Islam karna masih banyak pihak penjual yang menzalimi pihak pembeli.
4.	Sovi Nur Aisyah ²⁰	Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Toko Arafah Jl. Perjuangan Cirebon)	Metode penelitian kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian dan analisis tentang mekanisme penetapan harga jual di Toko Arafah maka dapat disimpulkan bahwa mekanisme penetapan harga nominal yang tidak jelas atau penetapan harga odd price di Toko Arafah menggunakan

²⁰ Sovi Nur Aisyah, “Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Toko Arafah Jl. Perjuangan Cirebon)”, (Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2015).

				<p>penetapan harga berbasis keadilan, penetapan harga di Toko Arafah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah karena harga yang ditetapkan tidak mendzalimi pembeli yaitu Toko Arafah mengambil keuntungan pada tingkat kewajaran. Toko Arafah tidak mengambil keuntungan dari hasil pembulatan harga ganjil yang dibulatkan, tetapi sisa dari hasil pembulatan tersebut akan dikumpulkan dan dialihkan untuk dana sosial dengan bekerjasama melalui lembaga</p>
--	--	--	--	---

				<p>Baitul Maal Hidayatullah (BMH) yaitu lembaga sosial amil zakat yang bergerak dalam penghimpunan dana zakat, infaq, dan sodaqah, dan penetapan harga odd price merupakan titik keseimbangan antara kekuatan penawaran dan permintaan yang disepakati secara rela sama rela oleh penjual dan pembeli.</p>
5.	Yolandari ²¹	Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Penjualan Batu Bata Di Desa Sinar Pagi	Metode penelitian kualitatif	Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa sistem penetapan harga penjualan batu bata

²¹ Yolandari, "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Penjualan Batu Bata Di Desa Sinar Pagi Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur", (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, 2019).

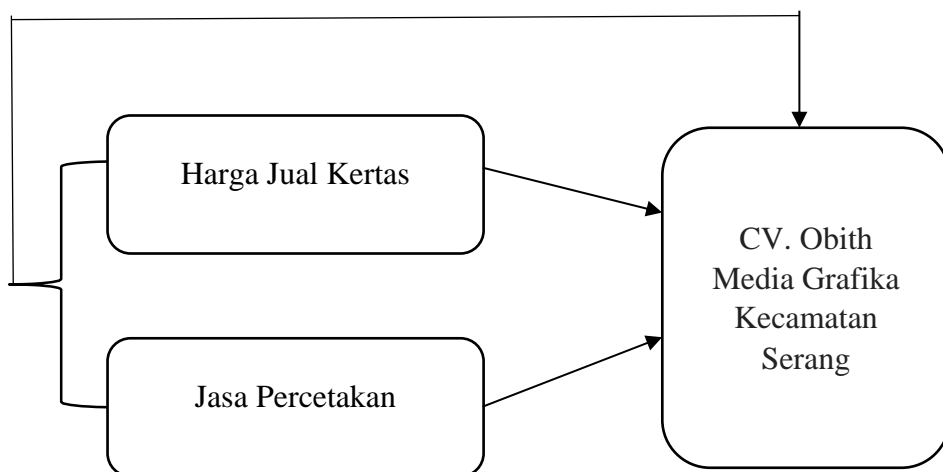
		Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur	di Desa Sinar Pagi Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur bahwa pembuat batu bata menjual batu batanya dengan harga penjualan yang lebih rendah jika sedang mengalami keadaan kesulitan ekonomi serta dengan menjual batu batanya dengan harga yang lebih rendah maka hal ini dilakukan supaya adanya kemudahan di dalam kesulitan ekonomi pembuat batu bata dan untuk mencukupi kebutuhan perekonomiannya. Oleh sebab itu maka praktik semacam ini
--	--	---------------------------------------	--

				dibolehkan dan sudah sesuai dengan prinsip syariat Islam.
--	--	--	--	---

H. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah penjelasan teori yang dipakai dalam mengurai fakta atau fenomena sosial, uraian mengenai keterkaitan antara satu gejala yang diteliti dengan fakta-fakta lain yang ada disekitarnya, dan alasan penggunaan teori tersebut dalam memahami fakta atau fenomena yang akan dibahas.²²

Dalam kerangka pemikiran ini, menggambarkan analisis mekanisme penetapan harga jual kertas dan jasa percetakan pada CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang. Berdasarkan uraian tersebut, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti gambar berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

²² Nihayatul Masykuroh, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Serang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018), h. 47.

Prinsip ekonomi dalam Islam merupakan kaidah-kaidah pokok yang membangun struktur atau kerangka ekonomi Islam yang digali dari Al-Qur'an dan Hadits. Prinsip ekonomi berfungsi sebagai pedoman dasar bagi setiap individu dalam kegiatan ekonomi. Ajaran Islam melarang aktivitas ekonomi yang mengandung gharar yang berarti resiko, ketidakpastian, dan ketidakjelasan.²³

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.²⁴ 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.²⁵ Sebagaimana firman Allah dalam Qur'an Surat Asy-syu'araa ayat 183:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ (١٨٣)

Artinya: *“Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan (Q.S Asy-syu'araa ayat 183).”*²⁶

Ayat di atas melarang untuk saling merugikan hak-hak orang lain dan membuat kerusakan di bumi, oleh karena itu dalam Islam dalam

²³ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 65.

²⁴ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 58.

²⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 15.

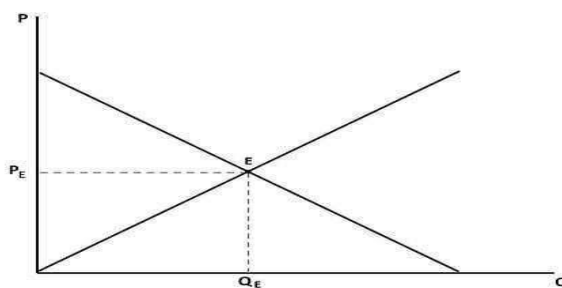
²⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Depok: Cahaya Qur'an, 2008), h. 374.

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 ini 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.²⁷

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. Pertemuan antara permintaan dan penawaran dinamakan *equilibrium price* atau harga keseimbangan. Pada harga keseimbangan, jumlah barang yang dibeli sama besar dengan jumlah barang yang mampu dijual.²⁸

²⁷ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Op. Cit.*, 332.

²⁸ Akhmad, *Ekonomi Mikro Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), h. 36.



Gambar 1.2 Kurva Permintaan dan Penawaran

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-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.²⁹ Dalam perspektif ekonomi Islam kesepakatan terjadinya

²⁹ Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 288.

permintaan dan penawaran tersebut, haruslah terjadi secara sukarela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa dalam melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu.³⁰

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 harga yang dapat menutupi semua biaya operasional produsen dengan tingkat laba tertentu, serta tidak merugikan para pembeli.³¹ 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 asas kebebasan, harga yang terbentuk merupakan hasil atas pertemuan antara permintaan dan penawaran, dan harga yang ditetapkan harus bersandarkan prinsip keadilan bagi semua pihak dan tidak diperbolehkan adanya pihak yang dirugikan.

I. Metode Penelitian

Metode 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

³⁰ Jusmaliani, *Op. Cit.*, 56.

³¹ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), h. 88.

teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah.³²

1. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penulis dalam penelitian ini memilih CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang yang berlokasi di Jl. Kolonel Tubagus Suwandi No. 2, Serang. Lokasi ini dipilih karena diperkirakan memiliki analisis mekanisme penetapan harga jual kertas dan jasa percetakan dalam ekonomi syariah dan juga memiliki kecukupan data untuk menunjang penelitian.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada 13 Juni 2022.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam karya ilmiah ini adalah CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang.

3. Lokasi Penelitian

Penulis dalam penelitian ini memilih CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang yang berlokasi di Jl. Kolonel Tubagus Suwandi No. 2, Serang. Lokasi ini dipilih karena diperkirakan memiliki analisis mekanisme penetapan harga jual kertas dan jasa percetakan dalam ekonomi syariah dan juga memiliki kecukupan data untuk menunjang penelitian.

4. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) kualitatif yaitu memperoleh data dari penelitian lapangan langsung

³² Djam'an Satori, dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: ALFABETA, 2009), h. 25.

tentang penetapan harga jual kertas dan jasa percetakan dalam ekonomi syariah di CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang. Penggunaan metode kualitatif adalah mencari pengertian yang mendalam tentang suatu gejala fakta atau realita. Masalah gejala serta peristiwa hanya dapat dipahami bila penelitian menelusurinya secara mendalam dan tidak hanya terbatas pada pandangan permukaan saja, kedalaman ini yang mencirikhaskan metode kualitatif.³³

5. Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer, yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya atau secara penelitian lapangan. Penulis untuk mendapatkan data primer ini melakukan observasi atau pengamatan langsung ke lokasi yang akan diteliti dalam hal ini CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang, serta melakukan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi langsung guna memperoleh data yang akurat.

b. Data Sekunder

Data Sekunder, yaitu sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa sejumlah buku, jurnal, dan bacaan lainnya yang ada hubungannya dengan judul skripsi ini, yang dapat memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok. Penulis dalam penelitian ini menggunakan cara studi kasus kepustakaan (*library research*), yaitu dengan mempelajari buku kepustakaan, literatur, dokumentasi, yang dikeluarkan oleh pihak

³³ Semiawan R. Conny, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo, 2010), h. 1.

CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang, serta materi kuliah yang pernah dipelajari dan berkaitan dengan topik permasalahan yang ada dalam skripsi ini.

6. Teknik Pengumpulan Data

Penulis dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut:

a. *Interview* atau wawancara

Interview atau wawancara adalah suatu metode pencarian data dengan melakukan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Dalam hal ini narasumber adalah manager CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang dan pewawancara adalah penulis. Pada metode ini penulis mengajukan berbagai pertanyaan secara langsung kepada manager CV. Obith Media Grafika untuk memperoleh data dan informasi.³⁴

b. Observasi

Metode observasi atau pengamatan adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya serta didukung pengumpulan dan pencatatan data secara sistematis terhadap objek yang akan diteliti untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.³⁵

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 410.

³⁵ Hadi Sutrisno, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004), h. 151.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan, baik itu berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, dan lain sebagainya. Hasil dari dokumentasi ini digunakan sangat penting karena akan digunakan sebagai bukti untuk memperkuat hasil dari observasi dan interview.

7. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan atau observasi dan juga dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan kurang penting serta yang akan dipelajari untuk membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif yang bertujuan untuk memberikan penggambaran mengenai subjek penelitian, berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis. Selain itu penelitian ini juga menggunakan teknik analisis mendalam (*in-depth analysis*) yang bertujuan bukan untuk suatu generalisasi tetapi pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah.³⁶

³⁶ Sudarwan Damim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h. 61.

J. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca dan memperoleh gambaran yang jelas dalam penulisan skripsi ini, maka penulis membaginya kedalam lima bab yang masing-masing saling berhubungan satu sama lain. Adapun sistematika pembahasan adalah sebagai berikut:

- Bab I : Pendahuluan, yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.
- Bab II : Kajian Pustaka yang secara umum membahas tentang pengertian harga, penetapan harga, strategi penetapan harga, metode penetapan harga, faktor-faktor yang mempengaruhi harga terhadap permintaan dan penawaran, mekanisme pasar yang membentuk harga, konsep laba usaha, mekanisme penetapan harga dalam perspektif ekonomi konvensional, mekanisme penetapan harga dalam perspektif ekonomi syariah, pengertian jasa dalam perspektif ekonomi Islam, pengertian kertas, jenis jenis kertas dalam dunia percetakan, ukuran-ukuran kertas dalam dunia percetakan, jasa percetakan, jenis jenis percetakan, peralatan jasa percetakan di CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang.
- Bab III : Gambaran Umum Objek Penelitian menjelaskan sejarah CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang, visi dan misi CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang, tujuan CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang, struktur

organisasi dan job desk di CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang.

- Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan yang membahas tentang Deskripsi informan penelitian, penetapan harga jual kertas dan jasa percetakan dalam memperoleh laba usaha, hasil penelitian, mekanisme penetapan harga jual kertas dan jasa percetakan di CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang, tinjauan etika bisnis Islam terhadap mekanisme penetapan harga jual kertas dan jasa percetakan di CV. Obith Media Grafika Kecamatan Serang dan analisis penulis tentang hasil penelitian.
- Bab V : Penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian oleh penulis.