

# ANALISIS PELAKU USAHA TERHADAP STRATEGI PENETAPAN HARGA YANG TERJADI DI TOKO TIGA BERSAUDARA PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH

**Dhimas Pratama<sup>1</sup>, Akhmad Hulaify<sup>2</sup>, Galuh Nashrullah KMR<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Hukum Ekonomi Syariah, 74234, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan  
Muhammad Arsyad Al-Banjari, NPM 19500046

<sup>2</sup> Hukum Ekonomi Syariah, 74234, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan  
Muhammad Arsyad Al-Banjari, NIDN 1118118202

<sup>3</sup> Hukum Ekonomi Syariah, 74234, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan  
Muhammad Arsyad Al-Banjari, NIDN 11108117201  
E-mail:pratamadhimas436@gmail.com

## ABSTRAK

Islam adalah agama yang komprehensif dengan pedoman kehidupan yang luas sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadis. Setiap aspek kehidupan, seberapa pun kecilnya, telah diatur oleh Islam, dan umat manusia memiliki kewajiban untuk mematuhi semua peraturan yang telah ditetapkan oleh agama ini. Salah satu aspek kehidupan yang termasuk dalam mu'amalah (interaksi sosial) adalah praktik jual beli. Jual beli adalah proses pertukaran barang antara dua pihak yang dilakukan berlandaskan kesepakatan suka sama suka. Dalam konteks ini, transaksi jual beli menghasilkan berbagai macam strategi penetapan harga yang beragam, yang digunakan oleh berbagai pelaku usaha. Hal ini juga berlaku untuk Toko Tiga Bersaudara, yang memiliki pendekatan tertentu dalam menetapkan harga produknya. Pertanyaan yang muncul adalah bagaimana strategi penetapan harga ini diimplementasikan, dan bagaimana pandangan Hukum Ekonomi Syaria'ah terhadap strategi penetapan harga ini. Penelitian ini menggunakan metode Naturalistik, yang mengacu pada pengumpulan data secara langsung di lapangan pada kondisi alamiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Tiga Bersaudara menggunakan sistem kupon transaksi dan kupon undian dalam strategi penetapan harga mereka. Menurut pandangan Hukum Ekonomi Syaria'ah, sistem kupon ini dapat digolongkan sebagai bentuk promosi dan dianggap sah selama prinsip dasar jual beli yang berlandaskan kesepakatan suka sama suka tetap terpenuhi.

**Kata Kunci** : Strategi Penetapan Harga , Toko Tiga Bersaudara, Hukum Ekonomi Syari'ah

---

## ABSTRACT

*Muslim is a complex religion that have suitable extensive range about existence according to Al-Qur'an and Hadith term. Minority matter of life arranged by Muslim that time, and human have responsibility to follow every part of them. Buy and Sale is one of mu'amalah activity that provide connection between human. Buy and Sale are shape of transaction to switch object that involve one person to another person based on consensual fundamental. Implementation of buy and sale emerge variety of the charge determination strategy enforced by entrepreneurs. Thus also influence by diversity of charge determination strategy. Therefore, the question of how the implementation and perception adjusted must accomplished according to Sharia Economic Law about the strategy of charge determination. This research utilize Naturalistic inquiry and direct field observation. With the result of this study, strategy that applied in Toko Tiga Bersaudara employ an transaction and lottery coupon. According to Sharia Economic Law coupon system appertain to promotion structure and allowed by them in accordance to consensual fundamental.*

**Keywords** : Strategy of Charge Determination, Toko Tiga Bersaudara, Sharia Economic Law.

**REFERENSI :**

- Amir Gufron dan Zubaidi Masyhud. (2016). *Pengantar Studi Akidah Islam*. Yogyakarta: Lingkar Media.
- C W Manope. (2019). “Pengaruh Kualitas Dan Harga Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Biji Pala Pada Pedagang Pengumpul Di Pulau Siau. *Skripsi ” Juli 2019 07 (2019): 4514–23.*<https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.25244>.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran, IV*. Yogyakarta: Andi.
- Farida Arianti. (2013). *Transaksi Jual Beli, I*. Batusangkar: STAIN Batusangkar.
- H.M. Masyhud. (2007). *Fiqih Seputar Jual Beli*. Surabaya: Alpha.
- Harun. (2017). *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Harun. (2017). *Fiqh Muamalah. Muhammadiyah University Press, 3*.
- Idris Parakkasi dan Kamiruddin Kamiruddin. (2018). Analisis Harga Dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam,” LAA MAISYIR. *Jurnal Ekonomi Islam 5, no. 1 (2018): 6*, <https://doi.org/10.24252/lamaisyir.v5i1.4982>.
- Ishak. (2017). “Penetapan Harga Ditinjau Dalam Perspektif Islam. *Iqtishaduna : Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 12*.
- Jaih Mubarak dan Hasanudin. (2017). *Fikih Mu’amalah Maliyyah : akad jual beli, ed. oleh Iqbal Triadi Nugraha, Cetakan II*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Mardani. (2012). *Fiqih Ekonomi Syari’ah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Masyhud, H. M. (2007). *Fiqih Seputar Jual Beli*. Surabaya: Alpha.
- Mohamad Taufiq. (2005). *Qur’an Kemenag In MS. Word,” Add-In Microsoft Word, Indonesia*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an,<https://lajnah.kemenag.go.id>.
- Mubarak, J., & Hasanudin. (2017). *Fikih Mu'amalah Maliyah (Vol. II)*. (I. T. Nugraha, Penyunt.) Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Muhammad Imnuddin. (2020, 11 21). *Asosiasi Ilmu Hadit*. Diambil kembali dari Software pencari Hadist berbahasa Indonesia, <https://www.asilha.com/2020/11/21/software-pencari-hadist-berbahasa-indonesia/>.
- Novian, Y. (2023, Juni Rabu). Analisis Strategi Penetapan Harga Pasar yang terjadi di Toko Tiga Bersaudara Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah. (D. Pratama, Pewawancara) Barito Kuala, Kalimantan Selatan, Indonesia: Wawancara.
- Nuryadin, H Muhammad Birusman. (2007). Harga Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Pemikiran Islam*.
- Shobirin. (2016). Jual Beli Dalam Pandangan Islam. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam 3, no. 2 (17 Agustus 2016), 239*.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 27 ed. Bandung: Alfabeta.

Supriadi Muslimin, Zainab Zainab, dan Wardah Jafar. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics* 2, no. 1 (17 Januari 2020): 6, <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Vol. IV). Yogyakarta: Andi.

Winardi . (2010). *Harga dan Penetapan Harga Dalam Bidang Pemasaran (Marketing)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakt.