

SKRIPSI

**PENETAPAN HARGA PADA PRAKTEK JASA LAUNDRY
PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (STUDI KASUS JASA
LAUNDRY DI RAPPANG KAB. SIDRAP)**



OLEH

**MARDATILLAH
NIM: 2120203874234036**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE
2025**

SKRIPSI
PENETAPAN HARGA PADA PRAKTEK JASA LAUNDRY
PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (STUDI KASUS JASA
LAUNDRY DI RAPPANG KAB. SIDRAP)



Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
(S.H) Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu
Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE
2025

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Penetapan Harga pada Praktek Jasa Laundry
Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Jasa Laundry
di Kab. Sidrap)

Nama Mahasiswa : Mardatillah

NIM : 2120203874234036

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Nomor: 767 Tahun 2024

Disetujui oleh

Pembimbing Utama : Dr. Aris, S. Ag., M. HI
NIP : 19761231 200901 1 046

(.....)

Mengetahui:
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Dekan,



Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19760901 200604 2 001

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Penetapan Harga pada Praktek Jasa Laundry
Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Jasa Laundry
di Kab. Sidrap)

Nama Mahasiswa : Mardatillah

NIM : 2120203874234036

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
(No 767 Tahun 2024)

Tanggal Kelulusan : 27 Mei 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Aris, S. Ag., M. HI (Ketua) (.....)

Dr. Hj. Muliati, M.Ag. (Anggota) (.....)

Rustam Magun Pikahulan, S.Hi., M,H (Anggota) (.....)

Mengetahui:
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Dekan.



Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag. (Signature)
NIP. 19760901 200604 2 001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur yang tak terhingga saya haturkan atas kehadiran Allah swt karena limpahan rahmat, hidayah dan pertolongan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi Sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Shalawat dan salam senantiasa mengalir kepada manusia terbaik, manusia pilihan kekasih Sang Maha Pengasih, Nabi Muhammad saw. beserta para keluarga dan sahabatnya.

Penulis menghaturkan terima kasih yang sangat mendalam kepada kedua orang tua saya tercinta, Cinta pertama dan panutanku Bapak Arifin, terima kasih telah berjuang mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, Beliau memang tidak merasakan pendidikan sampai bangku kuliah namun mampu mendidik penulis, memberikan dukungan, doa sehingga penulis mampu menyelesaikan studi sampai sarjana dan untuk pintu surgaku Ibu Mardia yang telah melahirkan anak bungsu perempuan lemah lembut, yang senantiasa mencurahkan kasih sayangnya, doa restu yang tulus, dan dorongan serta pengorbanan finansial selama penulis menuntut ilmu, sehingga penulis dapat berhasil dan mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Dr. Aris, S.Ag., M.HI. selaku pembimbing skripsi, terimakasih atas arahan, motivasi, dan bimbingannya dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari masih banyak hal yang harus di pelajari maupun diamati. Serta penulis menyadari tanpa dorongan semua pihak, maka penulisan skripsi ini tidak berjalan lancar. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hannani Yunus, M.Ag selaku rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare beserta para wakil rektor yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat belajar dengan baik hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam IAIN Parepare atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Dr. Hj. Muliati, M.Ag selaku Penguji Utama I terima kasih telah memberikan arahan kepada penulis.
4. Bapak Rustam Magun Pikhulan, S.H., M.H selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Sekaligus penguji Utama II.
5. Para staf akademik, terkhususnya staf Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam yang telah membantu dan melayani penulis dengan baik.
6. Kepala perpustakaan beserta seluruh jajarannya yang telah menyediakan referensi kepada penulis.
7. Kepada kakak saya tercinta Zulfahmi S.Kep, Ns., M.Kep, Zulkifli S.Pd dan Amirullah terima kasih selalu mendukung adik bungsu saya dalam proses

perkuliahan, Memberikan Motivasi dan Dorongan Agar penulis semangat mengejar cita-citanya.

8. Kepada Sahabat Seperjuangan Penulis Sukmadiana Sukri terima kasih atas segala bantuan, menemani dan mendorong penulis untuk menyelesaikan studi ini.
9. Kepada Sahabat seperjuangan dari semester satu hingga detik ini Ananda Dwi Amelia, Aisyah Khumaerah , Uni Sharah, Nur Putri Ahmad dan seluruh mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2021, terima kasih selalu memberikan semangat kepada penulis.
10. Organisasi Saya sekaligus rumah kedua penulis Aliansi Mahasiswa Seni (ANIMASI) IAIN Parepare terkhusus Animator 22 terima kasih sudah memberi rumah kedua untuk penulis canda tawa serta saling mendukung satu sama yang lain.
11. Sahabat Penulis Fatimah Nurfaidah dan Nur Indah dan seluruh sahabat saya Yang tidak Bisa penulis Sebut satu persatu terima kasih karena tidak meninggalkan penulis dalam setiap suka dan duka saling mensupport satu sama yang lain dan memberikan motivasi kepada penulis.
12. Terakhir kepada diri sendiri Mardatillah. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, yang telah berjuang hingga detik ini, terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri, walau sering kali putus asa atas apa yang sudah diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih telah memutuskan untuk selalu berjuang dan tidak lelah mencoba.yang mampu mengatur waktu antara kuliah dan organisasi, mengatur tenaga, pikiran, keuangan, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan yang di dapatkan selama menjalankan Pendidikan dari SD hingga Perguruan Tinggi dan yang tidak ada kata bosan

maupu lelah dalam proses penyusunan skripsi ini. Apapun Kurang dan lebihnya mari merayakan diri sendiri.

Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk mengevaluasi dan memperbaikinya.

Parepare, 12 April 2025
13 Syawal 1446 H

Penulis.



Mardatillah
NIM: 2120203874234036



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mardatillah
NIM : 2120203874234036
Tempat/Tgl. Lahir : Lanrang, 29 Juni 2003
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Judul Skripsi : Penetapan Harga Pada Praktek Jasa Landry
Persfektif Hukum Islam (Studi Kasus Jasa Landry
Di Rappang Kab.Sidrap)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 12 April 2025
13 Syawal 1446 H

Penulis,



Mardatillah
NIM: 2120203874234036

ABSTRAK

Mardatillah, Penetapan Harga Pada Prakter Jasa Laundry Persfektif Hukum Islam (Studi Kasus Jasa Laundry Di Rappang Kab. Sidrap) (dibimbing oleh Bapak Aris)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik penetapan harga pada jasa laundry persfektif hukum islam (studi kasus jasa laundry di rappang kab.sidrap), dengan mengkaji 2 permasalahan yakni: 1) Bagaimana praktik penetapan harga harga pada jasa laundry di Rappang Kabupaten sidrap? 2) Bagaimana Persfektif hukum Islam terhadap penepatan harga para praktek jasa laundry Rappang Kabupaten Sidrap?

Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu; penelitian lapangan (*field research*) yang dianalisis dengan pendekatan yuridis empiris. Subjek dan objek penelitian ini yaitu pemilik atau karyawan jasa laundry dan konsumen dari keempat jasa usaha laundry di beberapa laundry yang ada di Rappang Mama Nia Laundry, K9000 Laundry, Al-Fazza Laundry, dan Flowres Laundry. Untuk instrumen pengumpulan datanya menggunakan wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan.

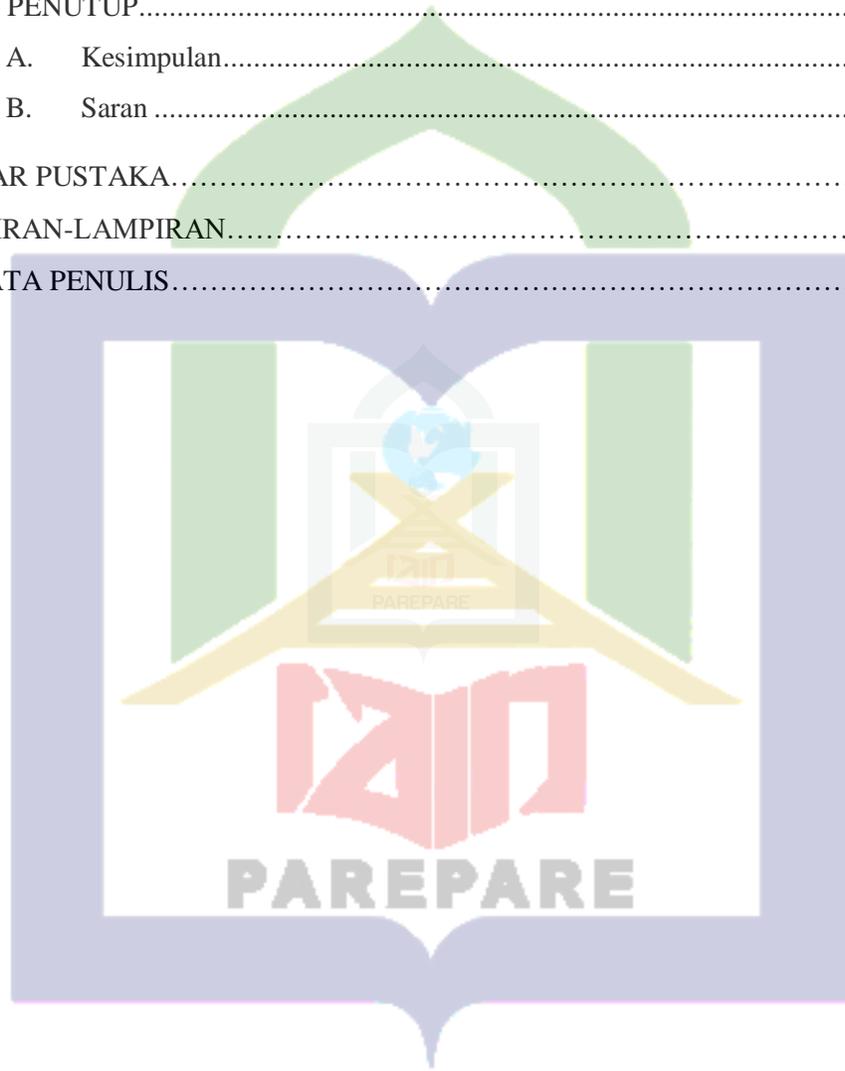
Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Pertama*, penetapan harga dalam usaha jasa laundry harus memperhatikan prinsip al-‘adl (keadilan), tarāḍin (kerelaan kedua belah pihak), dan amanah (kejujuran) sebagian pelaku usaha sudah menerapkan prinsip keadilan dan transparansi, meskipun belum sepenuhnya sesuai dengan konsep penetapan harga dalam Islam. *Kedua* Analisis penetapan harga laundry di Rappang dalam perspektif hukum yang mana jasa laundry di Rappang menetapkan harga berdasarkan biaya itu sah Sesuai dengan teori *Kotler* dan teori hukum Islam, karena harga ditetapkan secara adil berdasarkan biaya riil, dan jika disampaikan secara transparan, ini dianggap sah menurut fiqh muamalah. Jasa laundry di Rappang sudah menyesuaikan harga pada nilai tambah dan melihat dari kualitas layanan seperti antar jemput, layanan cepat, maka telah diperbolehkan dalam Islam.

Kata Kunci: Penetapan, Jasa Laundry, Hukum Islam, Keadilan, Ekonomi Syariah.

DAFTAR ISI

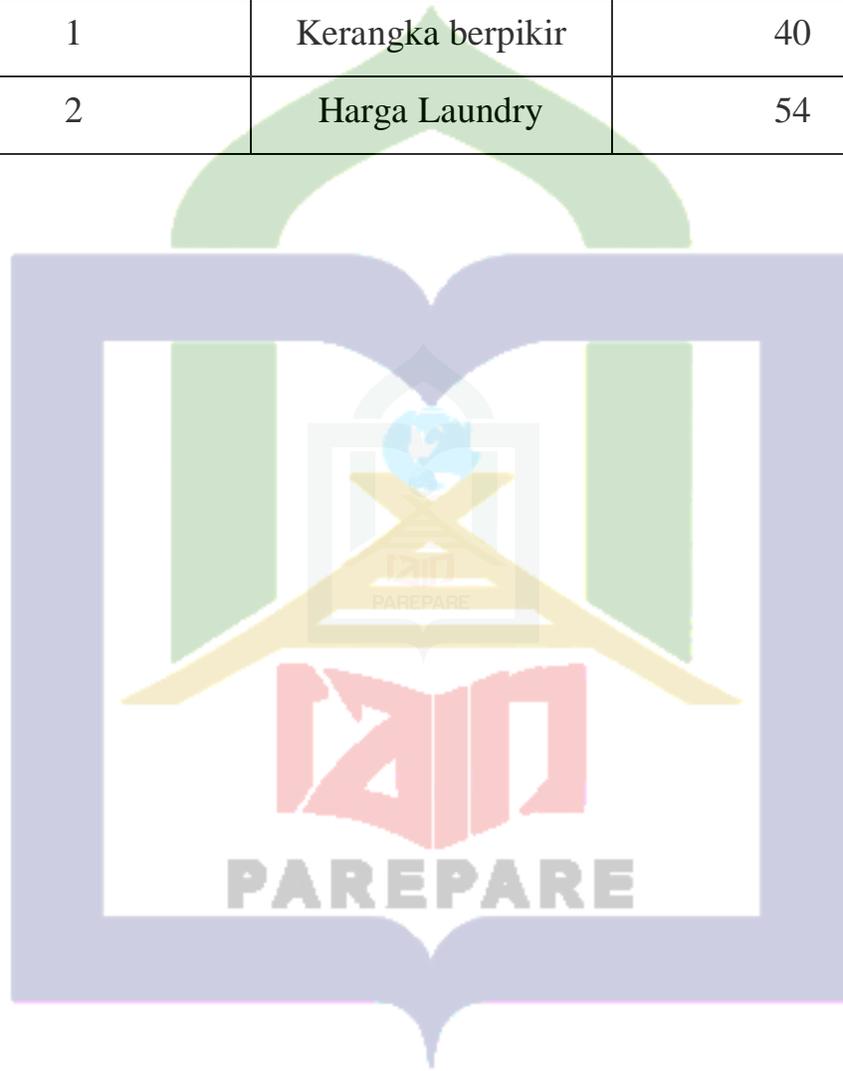
	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	8
B. Tinjauan Teoritis	11
C. Kerangka Konseptual.....	40
D. Kerangka Berpikir.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	43
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
C. Fokus Penelitian	46
D. Jenis dan Sumber Data.....	46
E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data	48
F. Uji Keabsahan Data	50
G. Teknik Analisis Data.....	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Praktek Penetapan Harga Pada Jasa Laundry Pada Jasa Laundry Di Rappang Kabupaten Sidrap.....	54
B. Perspektif Hukum Islam terhadap Penetapan Harga pada Praktik Jasa Laundry di Rappang Kabupaten Sidrap.	65
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	79
BIODATA PENULIS.....	90



DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Tabel	Halaman
1	Kerangka berpikir	40
2	Harga Laundry	54



DAFTAR LAMPIRAN

No Gambar	Lampiran	Halaman
1	Instrumen Penelitian	Lampiran
2	Surat Penelitian Dari Kampus	Lampiran
3	Surat Penelitian Dari Daerah	Lampiran
4	Surat keterangan selesai penelitian	Lampiran
5	Keterangan Wawancara	Lampiran
6	Dokumentasi	Lampiran
7	Biodata Penulis	Lampiran

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa

tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
أَوَّ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : Kaifa

حَوْلَ : Haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
نَا / نَيَّ	Fathah dan Alif atau	A	a dan garis di atas

	ya		
يَا	Kasrah dan Ya	I	i dan garis di atas
وَاو	Kasrah dan Wau	u	u dan garis di atas

Contoh :

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعْمٌ : *nu‘ima*

عُدُوٌّ : *‘aduwwun*

Jika huruf *ى* bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (*يِ*), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *لا* (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang

ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta’murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau’</i>
شَيْءٌ	: <i>syai’un</i>
أُمِرْتُ	: <i>Umirtu</i>

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur’an* (dar *Qur’an*), *Sunnah*. Namun bila kata-

kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnillah* بِاِلهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi 'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subḥānahū wa ta'āla*

saw. = *ṣallallāhu 'alaihi wa sallam*

a.s. = *'alaihi al- sallām*

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

- l. = Lahir tahun
- w. = Wafat tahun
- QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/ ..., ayat 4
- HR = Hadis Riwayat

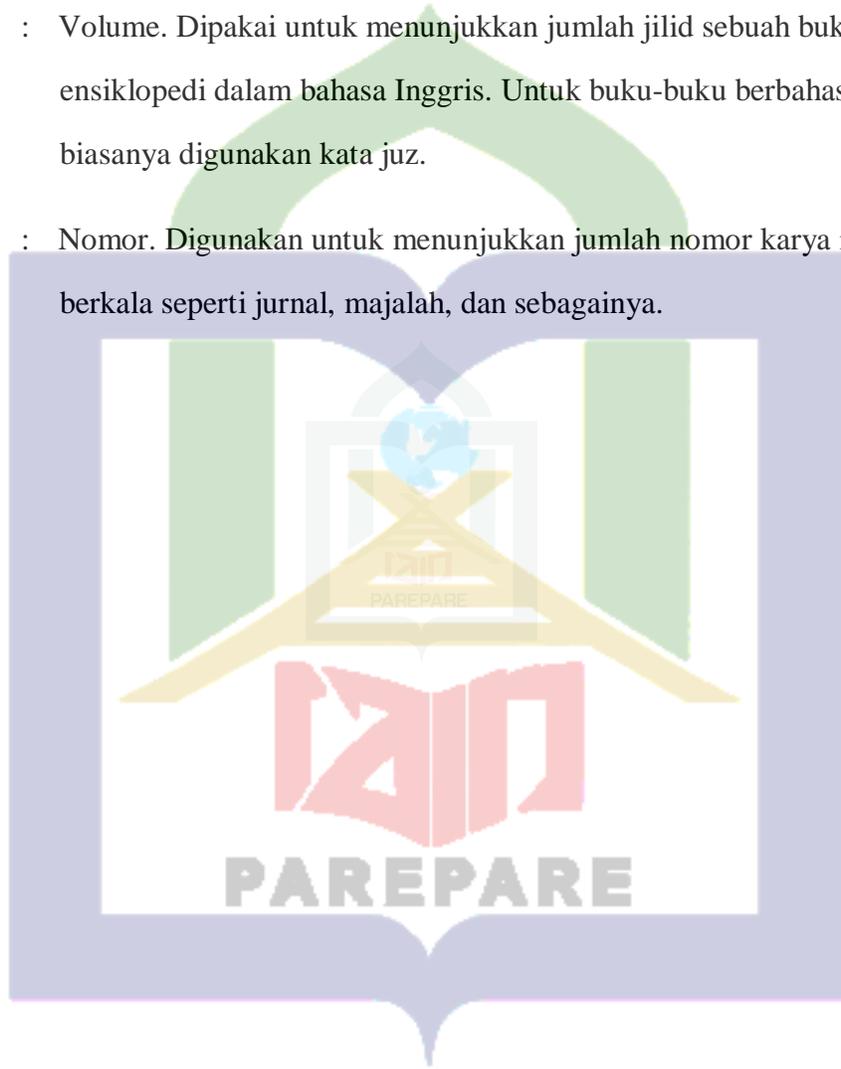
Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
بن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, di antaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor).
 Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

- Cet. : Cetak. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Laundry merupakan bentuk layanan jasa di bidang pencucian pakaian, di mana jenis-jenis cucian telah ditetapkan dengan harga tertentu oleh penyedia layanan. Lama waktu pengerjaan biasanya ditentukan oleh pihak laundry dengan ketentuan batas waktu minimum dan maksimum sesuai pesanan pelanggan. Sebagai pelaku usaha di bidang jasa, pihak laundry seharusnya memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Namun, dalam praktiknya, sering terjadi berbagai kelalaian seperti pakaian yang luntur, warna yang memudar, pakaian hilang atau tertukar, serta waktu pengerjaan yang melebihi batas yang dijanjikan.

Laundry adalah salah satu bagian dalam pengelolaan jasa cuci-mencuci atas semua pakaian yang telah dititipkan untuk dibersihkan. Jasa laundry menjadi alternatif bagi sebagian orang yang memiliki aktivitas padat namun tidak sempat untuk mencuci pakaiannya sendiri. Disamping berbagai kesibukan yang padat serta waktu yang semakin sempit dalam beraktivitas, mencuci pakaian menjadi permasalahan sendiri bagi setiap orang. Banyak usaha laundry yang telah didirikan di berbagai tempat, tidak hanya di perkotaan namun juga di pedesaan. Terdapat jenis usaha laundry yang umum ditemukan, diantaranya yaitu laundry kiloan dan laundry koin. Pada laundry kiloan pengguna mengantarkan pakaian kotor kemudian melakukan pembayaran sesuai berat pakaian yang dicuci dan menunggu beberapa hari hingga pakaian tersebut selesai dicuci. Pada laundry koin menerapkan sistem pencucian satu mesin satu pelanggan dengan menukarkan uang tunai dengan koin agar dapat melakukan pencucian. Laundry merupakan salah satu bentuk jasa yang

menangani proses pencucian pakaian yang dititipkan oleh pelanggan untuk dibersihkan. Layanan ini menjadi solusi praktis bagi individu dengan kesibukan tinggi yang tidak memiliki waktu untuk mencuci pakaian sendiri. Di tengah padatnya aktivitas dan keterbatasan waktu, mencuci pakaian sering kali menjadi persoalan tersendiri bagi banyak orang. Saat ini, usaha laundry telah berkembang luas, tidak hanya di wilayah perkotaan tetapi juga menjangkau daerah pedesaan. Umumnya, terdapat dua jenis layanan laundry yang banyak dijumpai, yaitu laundry kiloan dan laundry koin. Pada sistem laundry kiloan, pelanggan membawa pakaian kotor dan membayar sesuai dengan berat cucian, lalu menunggu beberapa hari hingga proses pencucian selesai. Sementara itu, pada laundry koin, proses pencucian dilakukan oleh pelanggan sendiri menggunakan mesin secara mandiri dengan sistem satu mesin untuk satu orang, di mana pembayaran dilakukan dengan menukarkan uang tunai ke dalam bentuk koin khusus untuk mengoperasikan mesin.

Usaha laundry merupakan salah satu sektor jasa yang mengalami pertumbuhan signifikan di Indonesia, termasuk di wilayah Rappang, Kabupaten Sidrap. Seiring dengan meningkatnya aktivitas masyarakat dan kebutuhan akan layanan pencucian yang praktis, jasa laundry menjadi solusi yang banyak diminati. Meski demikian, dalam menentukan harga layanan ini, terdapat sejumlah aspek yang harus dipertimbangkan, khususnya dalam konteks hukum Islam. Dalam ajaran Islam, terdapat pedoman yang menekankan prinsip keadilan dalam setiap transaksi, termasuk penetapan harga, agar tidak merugikan salah satu pihak yang terlibat. Dalam hal ini, memahami bagaimana mekanisme penetapan harga pada layanan laundry di Rappang sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam menjadi hal yang penting. Beberapa prinsip utama dalam hukum Islam yang berkaitan dengan

penetapan harga antara lain adalah keadilan ('adl), larangan terhadap riba, serta larangan terhadap gharar atau ketidakjelasan dalam transaksi. Dengan mengacu pada prinsip-prinsip tersebut, proses penetapan harga diharapkan dapat berlangsung secara adil dan terbuka, sehingga tidak hanya memberikan keuntungan bagi pelaku usaha, tetapi juga menjamin kepuasan dan kepercayaan dari pihak konsumen.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sektor jasa, termasuk layanan laundry, menunjukkan peningkatan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir, dengan kontribusi yang terus bertambah terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Di wilayah Rappang, perkembangan usaha laundry juga terlihat signifikan, mencerminkan tingginya kebutuhan masyarakat terhadap layanan ini. Namun, di balik pertumbuhan tersebut, terdapat tantangan dalam menetapkan harga yang sejalan dengan nilai-nilai dan prinsip hukum Islam.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menilai bagaimana praktik penetapan harga jasa laundry di Rappang ditinjau dari sudut pandang hukum Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang konstruktif bagi para pelaku usaha laundry dalam menentukan harga yang adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Saat ini, perkembangan dunia bisnis, khususnya di sektor jasa, mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Aspek pemasaran yang melibatkan interaksi manusia, baik dalam ranah sosial maupun teknologi informasi, turut mengalami kemajuan. Pertumbuhan bisnis jasa tidak terlepas dari kebutuhan masyarakat dalam memenuhi berbagai keperluan hidup. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan zaman, masyarakat cenderung memilih solusi yang lebih praktis dalam aktivitas sehari-hari.¹

¹Noel Stocks, 'Arif Budiyo, "Pemasaran Jasa Dan Perkembangan"', 2016, 1–23.

Pembentukan suatu hukum atau peraturan baru tentu harus didasarkan pada sumber-sumber hukum yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Penerapan hukum dalam suatu masyarakat bertujuan untuk mengatur dan mengarahkan kehidupan sosial mereka. Dalam konteks umat Islam, dasar penetapan hukum bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, banyak terjadi perubahan yang menuntut hukum Islam untuk terus dikembangkan secara berkesinambungan. Untuk mewujudkan pembaruan hukum tersebut, diperlukan metode yang tepat tanpa menyimpang dari ketentuan dan syariat Islam. Salah satu metode yang digunakan para ulama dalam menetapkan hukum pada masa itu adalah kaidah fikih (*qawa'id fiqhiyyah*), yang menjadi rujukan dalam menyelesaikan persoalan-persoalan baru dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip dasar syariat. nilai filosofis Al Quran dan Sunnah² Usaha ini dijalankan untuk melayani masyarakat yang tidak memiliki kemampuan atau waktu untuk mencuci pakaian secara mandiri.

Dalam perspektif ekonomi Islam, jasa berkaitan dengan konsep *ijarah* atau sewa-menyewa. Penjualan jasa dapat berasal dari tenaga manusia maupun dari penggunaan suatu barang. Saat ini, masyarakat semakin menggemari bisnis jasa karena kepraktisannya dalam memenuhi berbagai kebutuhan.³ Salah satu contoh yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari adalah jasa laundry. Layanan ini sangat membantu mereka yang tidak memiliki waktu luang, seperti para pekerja, atau

²Ahmad Fauzi Alyya Noor Tamalla, 'Strategi Kemandirian Berwirausaha Salyya Noor Tamalla, Ahmad Fauzi. 2021. "Strategi Kemandirian Berwirausaha Santri Perspektif Etika Bisnis Islam Entrepreneurial." *Journal At-Tamwil* 3 (2): 185–98. Antri Perspektif Etika Bisnis Islam Entrepreneurial', *Journal At-Tamwil*, 3.2 (2021), 185–98.

³Ichsan Ma'ruf, 'Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembulatan Timbangan Pada Jasa Laundry Di Kecamatan Palimanan Kabupaten Cirebon Skripsi', *Acta Universitatis Agriculturae Et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 53.9 (2020), 1689–99.

yang enggan mencuci pakaian sendiri. Terlebih lagi, keberadaan jasa laundry yang berdekatan dengan area kampus membuat mahasiswa lebih memilih solusi praktis seperti ini. Dalam pelaksanaannya, penetapan tarif laundry biasanya didasarkan pada berat pakaian yang akan dicuci. Jasa ini sangat dibutuhkan oleh orang yang tidak memiliki waktu luang (pekerja) atau pun malas untuk mencuci pakaian sendiri. Apalagi jasa laundry ini berdekatan dengan depan kampus jadi mahasiswa lebih suka hal praktik seperti jasa laundry ini. Pada praktik jasa laundry dalam menentukan tarif cucian dilihat dari segi berat timbangan pakaian yang akan di laundry.

Berdasarkan pengamatan saya, terdapat sekitar 10 usaha laundry yang beroperasi di kota Rappang. Namun, dalam penelitian ini saya hanya memfokuskan pada beberapa usaha laundry, karena hanya pemilik-pemilik tertentu yang bersedia untuk diwawancarai. Dari hasil penelitian sementara, ditemukan bahwa sebagian dari usaha tersebut sudah menerapkan prinsip-prinsip dalam hukum Islam terkait penetapan harga, sementara sebagian lainnya belum melakukannya. Dalam praktiknya, masih terdapat ketidakjelasan dalam penentuan harga, seperti kurangnya transparansi biaya serta belum dipertimbangkannya komponen biaya produksi secara menyeluruh sebelum harga ditetapkan. Meskipun hal ini sudah dianggap lumrah oleh sebagian pelaku usaha dan konsumen, tetap disarankan agar pelaku bisnis menerapkan akad yang jelas demi menghindari kerugian bagi kedua belah pihak. Penelitian ini juga bertujuan memberikan edukasi kepada pelaku usaha mengenai pentingnya penerapan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Dalam Islam, keberkahan suatu usaha tidak hanya diukur dari besarnya keuntungan, tetapi juga dari nilai kejujuran dan keadilan dalam praktik bisnis. Oleh karena itu,

penting bagi pelaku usaha untuk tidak semata-mata mengejar keuntungan, melainkan juga memperhatikan nilai spiritual dan tanggung jawab sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis bagaimana praktik penetapan harga pada layanan jasa laundry di Rappang ditinjau dari sudut pandang hukum Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara akademis dalam pengembangan ekonomi syariah khususnya di sektor jasa, serta menjadi pedoman bagi para pelaku usaha dalam menetapkan harga yang tidak hanya bersaing, tetapi juga berlandaskan keadilan dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian: “Penetapan Harga pada Praktik Jasa Laundry Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Jasa Laundry di Rappang, Kabupaten Sidrap).

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Praktek Penetapan harga pada jasa laundry pada jasa laundry di Rappang Kabupaten Sidrap ?
2. Bagaimana Perspektif hukum Islam terhadap penepatan harga para praktek jasa laundry Rappang Kabupaten Sidrap?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Praktek Penetapan harga pada jasa laundry pada jasa laundry di Rappang Kabupaten Sidrap
2. Untuk mengetahui Perspektif hukum Islam terhadap penepatan harga para praktek jasa laundry Rappang Kabupaten Sidrap.

D. Kegunaan Penelitian

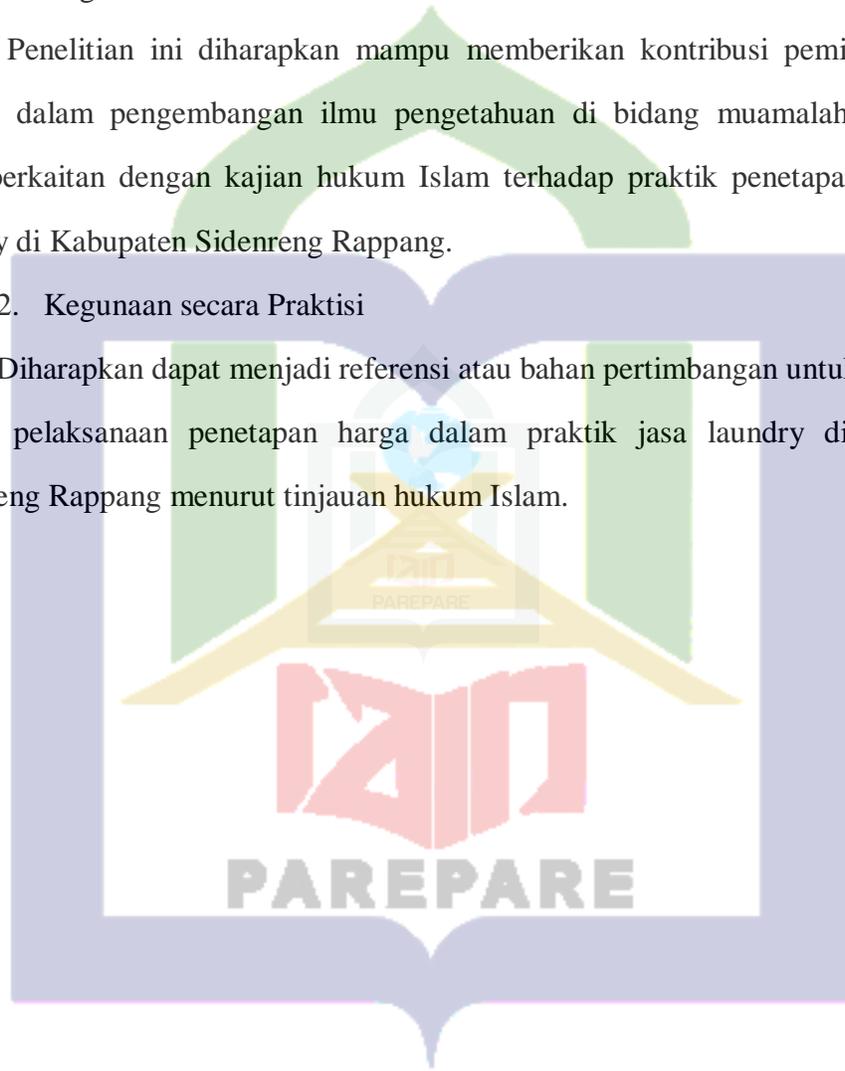
Kegunaan penelitian yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan secara teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran secara teoritis dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang muamalah, khususnya yang berkaitan dengan kajian hukum Islam terhadap praktik penetapan harga jasa laundry di Kabupaten Sidenreng Rappang.

2. Kegunaan secara Praktisi

Diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan pertimbangan untuk memahami proses pelaksanaan penetapan harga dalam praktik jasa laundry di Kabupaten Sidenreng Rappang menurut tinjauan hukum Islam.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Untuk melakukan sebuah penelitian, penelitian terdahulu sangat penting untuk di munculkan untuk sebuah bukti bahwa penelitian mempunyai perbedaan dengan peneliti yang dilakukan sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Tri Wahyuni Basyirah dengan judul “Analisis Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Pembulatan Timbangan pada Jasa Laundry di KAEY.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pembulatan timbangan di KAEY Laundry dilakukan dengan cara konsumen terlebih dahulu datang dan memilih jenis layanan cuci yang diinginkan, kemudian karyawan menimbang cucian dan langsung membulatkan hasil timbangan tanpa memberitahukan berat aslinya kepada konsumen. Setelah itu, harga jasa laundry ditentukan berdasarkan angka yang sudah dibulatkan tersebut.

Sementara itu, merujuk pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 4 huruf (g) tentang hak-hak konsumen, Pasal 7 huruf (c) mengenai kewajiban pelaku usaha, Pasal 8 huruf (b) dan (c) terkait larangan bagi pelaku usaha, serta Pasal 62 ayat 1 mengenai sanksi, dapat disimpulkan bahwa praktik pembulatan timbangan yang dilakukan oleh KAEY Laundry bertentangan dengan ketentuan hukum yang berlaku. Meskipun dalam praktiknya konsumen tampak menerima dan tidak mempermasalahkan,

tetap saja hal tersebut tidak dapat dianggap sah sepenuhnya karena bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen yang diatur dalam undang-undang⁴.

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Tri Wahyuni Basyirah dan penelitian yang akan penulis lakukan terletak pada fokus pembahasannya. Tri Wahyuni Basyirah meneliti mengenai Analisis Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 terkait perlindungan konsumen terhadap praktik pembulatan timbangan pada jasa laundry di KAEY. Sementara itu, penelitian ini akan lebih menitikberatkan pada faktor-faktor yang memengaruhi penetapan harga jasa laundry, khususnya pada praktik penetapan harga laundry di wilayah Panca Rijang, Kabupaten Sidenreng Rappang, ditinjau dari perspektif Hukum Islam.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sitti Nurhasanah membahas tentang penetapan harga dalam praktik jasa laundry menurut perspektif Hukum Islam di Pucangan, Kartasura. Penelitian skripsi ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan, di mana pengumpulan data dilakukan secara langsung oleh peneliti di lokasi penelitian. Data yang digunakan terdiri dari data primer, yaitu data utama yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dan data sekunder, yaitu data tambahan yang dikumpulkan dari pihak lain. Lokasi penelitian terletak di Desa Pucangan, Kartasura. Dalam temuan penelitian tersebut, diketahui bahwa dua usaha laundry menggunakan sistem pembulatan harga. Permasalahan yang muncul adalah terjadinya ketidaksesuaian saat konsumen melakukan pembayaran, karena harga dibulatkan secara sepihak tanpa sesuai

⁴Tri Wahyuni Basyirah, *"Analisis Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Pembulatan Timbangan Pada Jasa Laundry Di Kaey"*(Universitas Islam Negeri Surabaya, 2016). H. 6.

dengan yang tertera pada nota. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik pembulatan harga tersebut bertentangan dengan prinsip harga yang adil dalam Islam, karena tidak adanya kesepakatan sebelumnya dan tidak terpenuhinya syarat *sighat* dalam akad *ijarah*, yaitu kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat, baik secara lisan, isyarat, maupun tertulis melalui proses ijab dan qabul yang memiliki kekuatan hukum dan harus dipatuhi oleh semua pihak⁵.

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hasanah dan penelitian yang akan penulis laksanakan terletak pada fokus pembahasannya. Nurul Hasanah menitikberatkan pada penetapan harga jasa laundry yang berkaitan dengan praktik pembulatan timbangan, di mana permasalahan utamanya adalah ketidaksesuaian antara jumlah yang dibayar konsumen dan nominal yang tercantum dalam nota, karena adanya pembulatan harga secara sepihak. Sementara itu, penelitian ini akan membahas mengenai berbagai tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam menetapkan harga jasa laundry di Rappang, Kecamatan Panca Rijang, Kabupaten Sidenreng Rappang, ditinjau dari perspektif Hukum Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Nasria sebelumnya membahas mengenai praktik pembulatan timbangan pada jasa laundry di Kota Parepare ditinjau dari perspektif hukum positif dan hukum ekonomi syariah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa, pertama: sebagian besar pelaku usaha laundry di Kota Parepare menerapkan sistem pembulatan timbangan dalam operasional usahanya. Praktik pembulatan ini dilakukan oleh sejumlah pelaku usaha laundry sebagai bagian dari kebiasaan dalam proses penimbangan cucian.

⁵Siti Nur Khasanah, 'Penetapan Harga Pada Praktik Jasa Laundry Perspektif Hukum Islam Di Pucangan, Kartasura', 2020.

Ketika berat timbangan pakaian belum mencapai batas minimum yang telah ditentukan, maka dilakukan pembulatan ke atas guna menyederhanakan proses pembayaran atau pengembalian uang konsumen. Hal ini bertujuan agar pemilik atau karyawan laundry tidak mengalami kesulitan dalam menyediakan uang kembalian dalam bentuk pecahan kecil. Peneliti juga menemukan bahwa praktik pembulatan ini diperbolehkan apabila sebelum transaksi berlangsung, pihak laundry terlebih dahulu memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai sistem pembulatan tersebut. Dengan demikian, tidak terdapat unsur *gharar* (ketidakjelasan), dan praktik tersebut dianggap sah selama kedua belah pihak menyetujuinya dengan penuh kerelaan.⁶

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Nasria dan penelitian yang akan penulis laksanakan terletak pada fokus kajiannya. Nasria meneliti mengenai praktik pembulatan timbangan jasa laundry di Kota Parepare berdasarkan perspektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syariah, dengan menitikberatkan pada unsur *gharar* (ketidakjelasan). Sementara itu, penelitian ini lebih berfokus pada tahapan lanjutan setelah pembulatan, yakni praktik penetapan harga jasa laundry di Rappang, Kecamatan Panca Rijang, Kabupaten Sidenreng Rappang, ditinjau dari perspektif Hukum Islam.

B. Tinjauan Teoritis

1. Teori Penetapan Harga dalam Islam

a. Pengertian Harga

Harga merupakan salah satu komponen utama dalam strategi pemasaran dan harus selalu dipertimbangkan dalam kaitannya dengan keseluruhan rencana

⁶Hasria, 'Praktik Pembulatan Timbangan Jasa Laundry Di Kota Parepare Dalam Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Ekonomi Syariah', 2023.

pemasaran. Harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang atau sesuatu yang memiliki nilai guna yang harus diberikan untuk memperoleh suatu produk. Dengan kata lain, harga adalah bentuk pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa tertentu.

Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang berfungsi sebagai sumber pendapatan bagi perusahaan. Dalam konteks pemasaran, harga dipahami sebagai nilai moneter atau bentuk pengukuran lainnya (termasuk dalam bentuk barang dan jasa) yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan atas suatu produk atau layanan. Pengertian ini sejalan dengan prinsip pertukaran dalam ilmu pemasaran. Dalam bahasa Inggris, istilah harga disebut *price*, sedangkan dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah *tsaman* atau *si'ru*, yang merujuk pada nilai atau harga yang disepakati secara suka rela (*an-taradin*). Kata *tsaman* lebih bersifat umum dibandingkan *qinah*, yang mengacu pada harga riil yang telah disepakati, sementara *si'ru* merujuk pada harga yang ditetapkan terhadap suatu barang dagangan. Secara umum, harga merupakan representasi nilai dari suatu barang atau jasa yang diukur dalam bentuk uang. Harga mencerminkan nilai dari sesuatu yang dipertukarkan, dan dapat pula diartikan sebagai daya beli yang diperlukan untuk memperoleh kepuasan dan manfaat tertentu. Semakin besar manfaat yang dirasakan dari suatu barang atau jasa, maka semakin tinggi pula nilai tukarnya.⁷

Harga memainkan dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen, yaitu sebagai alat alokasi dan sebagai sumber informasi. Sebagai alat alokasi, harga berfungsi membantu konsumen menentukan cara terbaik untuk

⁷Supriadi Muslimin, Zainab Zainab, And Wardah Jafar, 'Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam', *Al-Azhar Journal Of Islamic Economics*, 2.1 (2020), 1–11 <<https://doi.org/10.37146/Ajie.V2i1.30>>.

memperoleh manfaat maksimal sesuai dengan kemampuan daya belinya. Dengan kata lain, keberadaan harga memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan dalam membagi daya belinya di antara berbagai pilihan barang dan jasa. Konsumen akan menilai dan membandingkan harga dari berbagai opsi yang tersedia sebelum akhirnya menentukan bagaimana dana mereka akan digunakan. Sementara itu, sebagai sumber informasi, harga berfungsi memberikan gambaran atau "edukasi" kepada konsumen mengenai karakteristik suatu produk, seperti kualitasnya. Peran ini menjadi sangat penting terutama dalam kondisi di mana konsumen kesulitan menilai kualitas atau manfaat suatu produk secara langsung. Dalam banyak kasus, terdapat anggapan umum bahwa harga yang lebih tinggi sering dihubungkan dengan kualitas yang lebih baik.

Dalam pandangan ekonomi Islam, penetapan harga merupakan aspek penting dalam aktivitas muamalah yang mengandung nilai-nilai etika dan prinsip syariah. Islam tidak secara mutlak mengatur harga, melainkan memberikan pedoman umum agar proses penentuan harga dilakukan secara adil, terbuka, dan tidak merugikan salah satu pihak. Penetapan harga pada dasarnya diserahkan kepada mekanisme pasar, yaitu hasil kesepakatan antara penjual dan pembeli, asalkan tidak mengandung unsur penipuan (*tadlis*), ketidakpastian (*gharar*), atau ketidakadilan (*zulm*). Dalam catatan sejarah, ketika para sahabat memohon kepada Nabi Muhammad SAW untuk menetapkan harga karena terjadi lonjakan di pasar, beliau menolaknya dan bersabda, “Sesungguhnya Allah-lah yang menetapkan harga, yang menyempitkan, yang melapangkan, dan yang memberikan rezeki.” (HR. Abu Dawud).

Hal ini menunjukkan bahwa campur tangan dalam penetapan harga hanya dibenarkan apabila terjadi penyimpangan atau tindakan yang merugikan kepentingan

masyarakat luas. Oleh karena itu, selama harga ditetapkan melalui proses negosiasi yang sah dan didasarkan pada prinsip saling ridha (*tarāḍin*), maka dalam hukum Islam hal tersebut diperbolehkan. Meski demikian, Islam juga memberikan wewenang kepada pemerintah (*ulil amri*) untuk mengawasi dan mengatur harga guna menjaga kemaslahatan bersama, mencegah terjadinya monopoli, serta memastikan adanya keadilan dalam distribusi ekonomi.

b. Faktor-faktor Mempengaruhi Tingkat Harga

Penetapan harga dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan metode penetapan harga. Faktor eksternal meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan elemen lingkungan yang lain. Dalam kegiatan ekonomi, penetapan harga merupakan aspek yang sangat krusial karena mencerminkan nilai dari manfaat atau produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam Islam, harga tidak ditentukan secara sembarangan, melainkan harus mempertimbangkan prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan kerelaan antara kedua belah pihak yang berakad. Oleh karena itu, dalam menentukan harga suatu barang atau jasa, seperti jasa laundry, terdapat berbagai faktor yang mempengaruhinya, baik yang berasal dari dalam maupun luar usaha.⁸

1. Faktor Internal

a) Strategi Bauran Pemasaran

Dalam dunia bisnis, bauran pemasaran atau yang lebih dikenal dengan istilah *marketing mix* adalah sekumpulan elemen yang digunakan oleh perusahaan untuk merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif. Bauran pemasaran

⁸Nofrianto And Others, *Pengantar Ekonomi Syariah, Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia*, 2021.

meliputi produk, harga, tempat, dan promosi, yang dikenal dengan konsep *4P* dalam pemasaran modern. Namun, dalam perspektif ekonomi Islam, strategi bauran pemasaran tidak hanya didasarkan pada prinsip profit semata, tetapi juga pada nilai-nilai syariah yang mengutamakan keadilan, transparansi, dan etika dalam setiap aspek transaksi.

Salah satu elemen pertama dalam bauran pemasaran adalah *produk*. Dalam Islam, produk yang dipasarkan harus memenuhi kriteria halal dan *thayyib* (baik) serta tidak merugikan konsumen. Produk atau jasa yang ditawarkan tidak boleh mengandung unsur penipuan atau eksploitasi. Dalam konteks ini, jika sebuah usaha laundry ingin menjalankan bauran pemasaran, mereka harus memastikan bahwa proses pencucian dilakukan dengan cara yang higienis dan aman, menggunakan bahan-bahan yang tidak berbahaya bagi kesehatan konsumen, serta tidak memanipulasi kualitas layanan. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu berkomitmen untuk selalu menjaga kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada pelanggan.

Harga adalah elemen kedua dalam bauran pemasaran, dan dalam ekonomi Islam, penetapan harga tidak boleh bersifat eksploitatif atau menimbulkan ketidakadilan. Harga yang ditetapkan harus memperhitungkan biaya produksi yang dikeluarkan oleh produsen dan tetap memberikan keuntungan yang wajar tanpa menzalimi konsumen. Prinsip keadilan dalam penetapan harga adalah sangat penting dalam Islam, dan hal ini sesuai dengan kaidah "*al-ghunmu bi al-ghurmi*", yang berarti bahwa keuntungan harus sebanding dengan risiko yang ditanggung. Oleh karena itu, pelaku usaha laundry perlu menetapkan harga yang adil dan transparan, serta memberi pilihan harga yang sesuai dengan segmentasi pasar yang dituju.

Penetapan harga juga harus disesuaikan dengan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen.

Tempat atau distribusi adalah elemen ketiga dalam bauran pemasaran yang juga memiliki peran besar dalam strategi pemasaran yang efektif. Dalam konteks ekonomi Islam, distribusi harus dilakukan dengan cara yang adil dan tidak merugikan pihak manapun. Jika sebuah usaha laundry ingin menjangkau konsumen yang lebih luas, mereka perlu memperhatikan lokasi usaha mereka dan memastikan bahwa distribusi layanan yang mereka tawarkan mudah diakses oleh konsumen, baik dari segi jarak maupun biaya. Penggunaan teknologi, seperti layanan pemesanan online atau antar-jemput pakaian, bisa menjadi alternatif distribusi yang menguntungkan bagi konsumen tanpa mengurangi keadilan dalam transaksi. Namun, setiap layanan tambahan tersebut harus dijelaskan secara transparan kepada konsumen dan dihargai secara adil, agar tidak menimbulkan rasa ketidakpuasan.⁹

Elemen terakhir dalam bauran pemasaran adalah promosi. Promosi dalam ekonomi Islam harus dilakukan dengan cara yang jujur dan tidak menipu. Dalam konteks promosi, Islam menganjurkan penggunaan kata-kata yang benar dan tidak berlebihan, sehingga konsumen tidak merasa tertipu dengan janji-janji yang tidak dapat dipenuhi. Promosi yang dilakukan oleh usaha laundry, misalnya melalui diskon atau penawaran spesial, harus tetap mengedepankan prinsip transparansi dan keadilan, tanpa merugikan pihak lain, baik konsumen maupun pelaku usaha itu sendiri. Selain itu, dalam promosi, penting untuk tidak menggunakan taktik yang dapat memicu persaingan tidak sehat, seperti menjelek-jelekkan usaha laundry lain untuk menarik pelanggan.

⁹Adilah Nurafifah, 'Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Milfa Laundry Terhadap Keputusan Pelanggan' (Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palopo, 2022).

Strategi bauran pemasaran dalam ekonomi Islam juga menekankan pada pentingnya *etika bisnis* yang berlandaskan pada prinsip *mashlahah* (kemaslahatan) bagi masyarakat. Setiap keputusan yang diambil dalam bauran pemasaran harus membawa manfaat yang lebih besar bagi semua pihak, termasuk konsumen, produsen, dan masyarakat secara umum. Dalam hal ini, usaha laundry dapat mengedepankan pelayanan yang ramah, meningkatkan kualitas layanan, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Dengan memperhatikan aspek *mashlahah*, pelaku usaha dapat membangun loyalitas pelanggan yang pada gilirannya akan mendatangkan keuntungan yang berkah.

Selain itu, penting untuk dicatat bahwa dalam ekonomi Islam, promosi yang dilakukan harus menghindari unsur *gharar* (ketidakpastian) atau *maysir* (perjudian). Hal ini berarti bahwa promosi tidak boleh mengandung unsur spekulasi yang bisa merugikan pihak lain, dan setiap tawaran atau diskon yang diberikan harus jelas dalam manfaat dan batasan waktunya. Kejujuran dalam setiap promosi juga sangat diutamakan, karena segala bentuk penipuan atau pengelabuan dalam promosi bertentangan dengan ajaran Islam yang mengedepankan keadilan dan transparansi.

Dalam dunia yang semakin terkoneksi melalui teknologi, bauran pemasaran juga perlu memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari setiap keputusan yang diambil. Misalnya, usaha laundry yang peduli terhadap keberlanjutan lingkungan dengan menggunakan deterjen ramah lingkungan atau sistem daur ulang air dapat menciptakan citra yang positif di mata konsumen dan masyarakat. Inovasi seperti ini juga sejalan dengan ajaran Islam yang mengajarkan umatnya untuk menjaga bumi dan sumber daya alam sebagai amanah dari Allah SWT. Hal ini tidak hanya

bermanfaat bagi lingkungan, tetapi juga dapat menjadi nilai tambah yang dapat digunakan dalam promosi untuk menarik konsumen yang peduli terhadap isu-isu lingkungan.¹⁰

Dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang mendasari bauran pemasaran, usaha laundry dapat menjalankan bisnis mereka dengan cara yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga beretika dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Pelaku usaha yang memperhatikan aspek-aspek ini dalam strategi pemasaran mereka akan memperoleh keberkahan dalam usaha mereka, yang pada akhirnya akan mengarah pada keuntungan yang lebih baik dan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan serta masyarakat.

b) Biaya

Biaya menjadi salah satu elemen utama dalam menentukan harga suatu produk. Perusahaan berupaya agar harga yang ditentukan mampu menutupi seluruh biaya produksi, distribusi, dan penjualan, sekaligus menghasilkan keuntungan yang sebanding dengan usaha dan risiko yang dihadapi. Dalam strategi penetapan harga, biaya perusahaan memainkan peran yang sangat penting. Banyak perusahaan berusaha mengefisienkan biaya operasional di tengah persaingan industri. Perusahaan yang mampu mengelola biaya dengan baik dapat menawarkan harga yang lebih kompetitif, sehingga berpotensi meningkatkan volume penjualan dan menghasilkan keuntungan yang maksimal.

Di dalam konteks usaha laundry, pengelolaan biaya sangat penting untuk menentukan harga yang kompetitif dan adil. Pengusaha laundry harus memperhitungkan berbagai biaya yang terkait dengan operasional, seperti biaya

¹⁰Khlof Dinggar Ramadhan, 'Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7p Dalam Bisnis Kuliner Warmindo Atap Langit Dalam Perspektif Ekonomi Islam'.

bahan pembersih, air, listrik, serta tenaga kerja. Dalam Islam, pengusaha laundry diperbolehkan untuk menetapkan harga yang mencakup seluruh biaya tersebut, asalkan tidak ada unsur ketidakadilan atau eksploitasi terhadap konsumen. Biaya-biaya ini harus dipertimbangkan dengan hati-hati, sehingga harga yang ditawarkan kepada konsumen tetap adil, wajar, dan sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan.¹¹

2. Faktor Eksternal

a) Pasar dan Permintaan

Pasar dan permintaan merupakan dua konsep yang saling terkait erat dalam dunia ekonomi, dan keduanya memainkan peran penting dalam kesuksesan sebuah usaha, termasuk dalam bisnis laundry. Pasar merujuk pada tempat atau sistem yang memungkinkan terjadinya transaksi barang dan jasa antara produsen dan konsumen, sementara permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen pada harga tertentu dan dalam waktu tertentu. Kedua hal ini menjadi kunci bagi pemilik usaha laundry untuk dapat menentukan strategi harga, produk, dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang ada.

Pasar bagi bisnis laundry bisa sangat beragam, tergantung pada segmentasi dan lokasi usahanya. Di satu sisi, pasar laundry bisa terdiri dari individu-individu yang membutuhkan jasa pencucian pakaian dalam kehidupan sehari-hari. Di sisi lain, pasar ini juga bisa meliputi usaha atau kantor yang memerlukan layanan laundry dalam jumlah besar. Selain itu, dengan berkembangnya teknologi dan kebutuhan akan kemudahan, pasar untuk layanan laundry online juga terus berkembang, yang

¹¹Anisa Raihan Fadhilah Fadhilah Zain, Nisa Nurramdhiani Khofifah, And Adriansah Bahrin, 'Implementasi Strategi Keunggulan Biaya Dalam Usaha Express Laundry Purwakarta', *Econbank: Journal Of Economics And Banking*, 3.2 (2021), 141–49.

memungkinkan pelanggan untuk memesan layanan laundry melalui aplikasi atau situs web.

Permintaan terhadap layanan laundry biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang paling utama adalah harga. Seperti dalam kebanyakan bisnis lainnya, harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap seberapa banyak konsumen yang akan menggunakan jasa laundry tersebut. Semakin murah harga yang ditawarkan, maka semakin banyak pelanggan yang akan tertarik untuk menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, jika harga terlalu tinggi, meskipun layanan yang diberikan berkualitas, permintaan bisa menurun karena tidak semua orang akan mampu membayar dengan harga tinggi, terutama bagi kalangan masyarakat dengan pendapatan rendah.¹²

Namun, harga bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi permintaan. Kualitas layanan dan kenyamanan juga menjadi faktor penting. Misalnya, konsumen tidak hanya mencari harga yang terjangkau, tetapi mereka juga menginginkan layanan yang cepat, efisien, dan tentunya menghasilkan pakaian yang bersih dan rapi. Dalam hal ini, permintaan terhadap jasa laundry tidak hanya tergantung pada harga, tetapi juga pada bagaimana kualitas layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Hal ini mengarah pada pentingnya usaha laundry untuk menjaga kualitas layanan agar tetap tinggi, meskipun harga yang ditawarkan lebih bersaing.

Faktor lain yang mempengaruhi permintaan dalam bisnis laundry adalah tingkat pendapatan masyarakat. Saat pendapatan meningkat, kemungkinan orang untuk menggunakan layanan laundry juga semakin tinggi, karena mereka lebih

¹² Anggun Aprilia And Heru Wahyudi, 'Analisis Permintaan Dan Pendugaan Struktur Pasar Pada Industri Jasa Laundry Kiloan Di Bandar Lampung', *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 3.1 (2025), 306–15.

memiliki kemampuan finansial untuk membayar layanan tersebut. Di sisi lain, pada saat krisis ekonomi atau penurunan daya beli masyarakat, permintaan terhadap jasa laundry bisa menurun, karena konsumen cenderung menghemat pengeluaran mereka dan lebih memilih untuk mencuci pakaian sendiri di rumah.

b) Persepsi Konsumen terhadap Harga dan Nilai

Waktu menetapkan harga perusahaan harus mempertimbangkan persepsi konsumen terhadap harga dan cara persepsi tersebut mempengaruhi keputusan membeli. Penetapan harga, seperti halnya keputusan baru pemasaran yang lain, harus diarahkan kepada konsumen. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka menukarkan suatu nilai (harga) untuk mendapatkan sesuatu untuk dimiliki atau dimanfaatkan. Penetapan harga berorientasi pembeli yang efektif meliputi pemahaman tentang besarnya nilai manfaat yang mereka peroleh dari produk dan penetapan harga yang sesuai dengan nilai tersebut.

Dalam dunia bisnis, terutama di sektor jasa seperti laundry, persepsi konsumen terhadap harga dan nilai menjadi faktor yang sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Konsumen tidak hanya melihat harga sebagai angka nominal yang harus dibayar, tetapi juga menilainya sebagai representasi dari kualitas, kenyamanan, dan manfaat yang mereka terima. Oleh karena itu, pemilik usaha laundry harus memahami dengan baik bagaimana konsumen memaknai harga dan apa yang mereka anggap sebagai "nilai" dalam layanan yang mereka terima.

Harga, bagi konsumen, bukan semata-mata biaya yang harus dikeluarkan, tetapi juga merupakan cerminan dari ekspektasi mereka terhadap kualitas layanan. Ketika seseorang membayar lebih mahal untuk jasa laundry, ia tentu berharap bahwa

layanan yang diterima pun sebanding pakaian dicuci dengan bersih, disetrika rapi, dikemas baik, dan mungkin juga diantarkan tepat waktu. Jika kenyataan tidak sesuai dengan harapan ini, maka meskipun harga sebenarnya kompetitif, konsumen akan merasa kecewa dan menilai harga tersebut tidak layak. Sebaliknya, jika layanan yang diterima melebihi ekspektasi mereka, harga yang dibayar meskipun tinggi akan dianggap sebagai nilai yang pantas.¹³

Nilai, dalam konteks ini, bukanlah sesuatu yang bisa diukur hanya dengan uang. Nilai bersifat subjektif dan sangat tergantung pada pengalaman serta kepuasan individu terhadap suatu layanan. Misalnya, bagi seorang pegawai kantoran yang memiliki waktu terbatas, jasa laundry yang menyediakan layanan antar-jemput mungkin dianggap sangat bernilai karena menghemat waktu dan tenaga. Dengan demikian, walaupun harga layanan tersebut lebih tinggi dibandingkan laundry biasa, persepsi nilai yang diterima membuat konsumen merasa harga itu wajar dan layak. Persepsi ini sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas layanan, keramahan staf, kecepatan penyelesaian layanan, serta kebersihan tempat usaha. Konsumen secara tidak langsung menilai semua aspek ini ketika membandingkan antara harga dan nilai yang mereka terima.

Oleh karena itu, dalam membangun persepsi positif terhadap harga, pemilik usaha laundry perlu memastikan bahwa semua aspek pelayanan mendukung terciptanya pengalaman pelanggan yang memuaskan. Selain itu, komunikasi juga berperan penting dalam membentuk persepsi konsumen. Konsumen yang diberi informasi jelas tentang apa saja yang termasuk dalam harga layanan misalnya, jenis deterjen yang digunakan, proses pencucian khusus, atau garansi layanan jika terjadi

¹³Endah Lestari, 'Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi Dan Kualitas Pasar Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Klandasan', *Jurnal Minfo Polgan*, 13.1 (2024), 133–38.

kerusakan pada pakaian akan merasa lebih aman dan percaya terhadap usaha tersebut. Transparansi seperti ini membantu menumbuhkan persepsi bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan nilai yang diberikan.

Namun demikian, persepsi harga dan nilai juga dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Konsumen cenderung membandingkan harga laundry dengan tempat lain, terutama jika informasi tentang pesaing mudah diakses. Di sinilah pentingnya diferensiasi layanan. Laundry yang hanya bersaing berdasarkan harga akan mudah tergantikan, tetapi laundry yang mampu menciptakan nilai tambah melalui layanan premium, pelayanan ramah, dan kenyamanan akan tetap memiliki tempat di hati konsumen, bahkan ketika harganya sedikit lebih tinggi.

Pengalaman pribadi konsumen juga akan membentuk persepsi mereka terhadap harga. Jika mereka pernah kecewa dengan layanan yang murah tetapi hasilnya tidak memuaskan, mereka akan lebih bersedia membayar harga yang lebih tinggi di tempat lain dengan harapan mendapatkan layanan yang lebih baik. Sebaliknya, jika mereka merasa ditipu oleh harga tinggi namun layanan buruk, mereka akan sangat berhati-hati dalam menggunakan jasa laundry berikutnya. Artinya, persepsi harga dan nilai dibentuk dari gabungan antara pengalaman sebelumnya, ekspektasi, dan nilai yang dirasakan setelah layanan diterima.

Dalam konteks ekonomi Islam, persepsi terhadap harga dan nilai juga sangat dipengaruhi oleh prinsip keadilan dan kejujuran. Konsumen muslim tidak hanya mempertimbangkan keuntungan materi, tetapi juga ingin memastikan bahwa harga yang mereka bayar tidak mengandung unsur penipuan atau eksploitasi. Oleh karena itu, pelaku usaha yang menjalankan prinsip-prinsip syariah seperti tidak mengambil

keuntungan berlebihan, transparan dalam transaksi, serta amanah dalam menjaga kualitas, akan mendapatkan kepercayaan yang lebih besar dari konsumen.

Philip Kotler adalah salah satu tokoh paling berpengaruh dalam dunia pemasaran modern. Ia sering disebut sebagai "Bapak Pemasaran Modern" karena kontribusinya yang besar dalam mengembangkan teori dan praktik pemasaran. Konsep-konsepnya banyak digunakan di berbagai perusahaan dan institusi pendidikan di seluruh dunia.

Berikut adalah beberapa konsep inti dari *Philip Kotler*:

Menurut *Philip Kotler*, salah satu pakar pemasaran terkemuka dunia, biaya dalam konteks pemasaran bukan hanya sekadar pengeluaran yang dikeluarkan oleh produsen atau pemilik usaha, tetapi juga merupakan salah satu komponen utama dalam penetapan harga dan persepsi nilai konsumen.

Dalam bukunya "*Marketing Management*", Kotler menjelaskan bahwa harga (dan secara tidak langsung, biaya) sangat dipengaruhi oleh total *cost to the customer*, yaitu seluruh biaya yang harus ditanggung pelanggan, baik biaya finansial maupun non-finansial, untuk mendapatkan dan menggunakan suatu produk atau jasa.

Philip Kotler, kompetitor (Pesaing) adalah semua pihak atau perusahaan yang menawarkan produk atau jasa yang sama atau serupa, serta memenuhi kebutuhan pasar yang sama, dan bersaing untuk mendapatkan perhatian serta pembelian dari konsumen.

Dalam bukunya yang berjudul *Marketing Management*, Kotler menekankan bahwa memahami kompetitor adalah bagian penting dari analisis lingkungan pemasaran, dan merupakan dasar untuk menyusun strategi yang efektif agar perusahaan dapat bersaing dan bertahan di pasar.

Menurut *Philip Kotler*, nilai yang dirasakan konsumen atau *customer perceived value* adalah selisih antara total manfaat yang diterima konsumen dengan total biaya yang harus mereka keluarkan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut.

Menurut *Kotler*, pemasaran adalah:

“A social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating and exchanging products and value with others.”

Artinya :

Pemasaran bukan hanya soal menjual barang, tapi tentang menciptakan nilai (*value*), membangun hubungan, dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Kotler mempopulerkan konsep Marketing Mix yang dikenal dengan 4P:

- a. Product (Produk): Barang atau jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan pasar.
- b. Price (Harga): Jumlah yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk.
- c. Place (Distribusi): Lokasi atau saluran distribusi agar produk sampai ke tangan konsumen.
- d. Promotion (Promosi): Cara menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang produk.

Kotler kemudian juga mendukung perluasan 4P menjadi 7P untuk jasa: ditambahkan *People, Process, dan Physical Evidence*.

1. Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP)

Kotler mengembangkan strategi pemasaran berdasarkan pendekatan STP:

- a. Segmentasi: Membagi pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan karakteristik tertentu.
- b. Targeting: Memilih segmen pasar yang paling potensial untuk dilayani.
- c. Positioning: Membangun citra produk di benak konsumen agar berbeda dari pesaing.

2. Pemasaran *Holistik (Holistic Marketing)*

Dalam era modern, *Kotler* menekankan pentingnya pendekatan pemasaran holistik, ini menandakan bahwa pemasaran harus terintegrasi, melibatkan semua bagian organisasi, menjaga hubungan jangka panjang, dan memperhatikan tanggung jawab sosial.

3. Pemasaran 1.0, 2.0, 3.0, hingga 5.0

Kotler juga memperkenalkan evolusi pemasaran:

- a. Marketing 1.0: Fokus pada produk
- b. Marketing 2.0: Fokus pada konsumen
- c. Marketing 3.0: Fokus pada nilai dan kemanusiaan
- d. Marketing 4.0: Pemasaran digital, konektivitas online dan offline
- e. Marketing 5.0: Penggunaan teknologi canggih (AI, big data, dll.) untuk meningkatkan pengalaman konsumen

2. Teori Al-'Adl

a. Pengertian Teori Al-'Adl

Teori *Al'Adl* berasal dari kata "*al-'adl*" dalam bahasa Arab yang berarti keadilan, keseimbangan, dan ketepatan dalam menempatkan sesuatu pada tempatnya. Dalam perspektif Islam, *al-'adl* merupakan prinsip utama dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan ekonomi dan transaksi bisnis. Teori ini

menekankan bahwa setiap bentuk transaksi harus dilakukan secara adil dan tidak boleh ada pihak yang dirugikan, baik dari sisi produsen maupun konsumen. Dalam konteks penetapan harga, teori *Al-'Adl* menekankan pentingnya menetapkan harga yang mencerminkan keseimbangan antara biaya produksi, margin keuntungan yang wajar, dan daya beli konsumen. Penjual tidak boleh mengambil keuntungan secara berlebihan yang menyebabkan konsumen merasa dirugikan (*ghabn*), sebaliknya konsumen juga tidak boleh menuntut harga yang terlalu rendah sehingga merugikan produsen. Harga yang adil adalah harga yang bisa diterima secara rasional oleh kedua belah pihak, serta tidak menimbulkan ketimpangan ekonomi.¹⁴

Teori ini juga mengandung nilai-nilai etika seperti kejujuran (*amanah*), transparansi, dan kemaslahatan umum. Dalam Islam, transaksi bukan hanya soal mencari keuntungan, tetapi juga bagian dari ibadah yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab moral dan sosial. Oleh karena itu, Teori *Al-'Adl* menjadi landasan penting dalam menciptakan sistem ekonomi yang sehat, berkelanjutan, dan berkeadilan, termasuk dalam praktik-praktik bisnis modern seperti jasa laundry, perdagangan, dan lainnya

b. Aplikasi Teori *Al-'Adl*

Aplikasi teori *al-'adl* yang mana penetapan harga laundry secara jelas dan sistematis sebagai berikut :

Keseimbangan (*Tawazun*) dalam menetapkan harga jasa laundry, pelaku usaha harus mempertimbangkan seluruh komponen biaya secara adil, seperti biaya deterjen, air, listrik, sewa tempat, dan upah karyawan. Harga tidak boleh terlalu tinggi sehingga mengeksploitasi konsumen, namun juga tidak boleh terlalu rendah hingga

¹⁴Halimatus Sa'diyah, 'Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Penentuan Harga Dan Hasil Jasa Laundry', *Lex Economica Journal*, 2.2 (2024), 95–107.

merugikan pemilik usaha. Keseimbangan ini menciptakan harga yang realistis dan layak bagi kedua belah pihak.

Kejujuran dan Transparansi (Amanah) pemilik usaha laundry sebaiknya bersikap terbuka dalam menjelaskan dasar penetapan harga kepada pelanggan, misalnya dengan mencantumkan daftar harga per kilogram, tambahan biaya untuk layanan express, atau jenis layanan khusus (dry clean, setrika saja, dll). Ini menunjukkan tanggung jawab moral dan menjauhkan praktik manipulasi harga.¹⁵ Dari penjelasan tersebut juga dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa: 58 sebagai berikut :

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ٥٨ ﴾

Terjemahan :

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat (QS. An-Nisa: 58)¹⁶.

Kemaslahatan Umum (Maslahah) dalam penetapan harga laundry juga harus memperhatikan kondisi ekonomi masyarakat sekitar. Misalnya, di lingkungan dengan mayoritas masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah, harga sebaiknya disesuaikan agar tetap terjangkau. Dengan begitu, layanan laundry tidak hanya menjadi sumber keuntungan, tetapi juga membawa manfaat sosial bagi lingkungan.

Kaidah Fiqihyah:

تَصَرَّفُ الْإِمَامِ عَلَى الرَّعِيَّةِ مَنُوطٌ بِالْمَصْلَحَةِ

¹⁵Sa'diyah.

¹⁶Kementerian Agama Ri, "Al-Qur'an Dan Terjemahan, Q.S. An-Nisa'/4:58

Terjemahan :

“Kebijakan atau tindakan penguasa terhadap rakyat harus didasarkan pada kemaslahatan.”¹⁷

Menghindari Ghabn (Penipuan Harga) pemilik usaha harus menghindari menaikkan harga secara berlebihan tanpa alasan yang jelas, seperti saat musim hujan atau momen tertentu. Praktik menaikkan harga karena permintaan tinggi tanpa peningkatan biaya produksi merupakan bentuk ghabn fahisy (penipuan harga besar), yang dilarang dalam Islam. Sebaliknya, juga tidak adil jika konsumen menawar secara tidak wajar hingga menekan harga di bawah biaya produksi.¹⁸

Evaluasi Berkala yang mana sebagai bentuk keadilan yang berkelanjutan, pelaku usaha laundry juga perlu mengevaluasi harga secara berkala untuk menyesuaikan dengan perubahan harga bahan baku, upah tenaga kerja, dan kondisi pasar. Hal ini penting agar harga tetap relevan dan tidak merugikan pihak manapun dari waktu ke waktu.

c. Relevansi Teori Al-‘Adl untuk Penetapan Harga Laundry

Teori Al-‘Adl sangat relevan untuk digunakan dalam menetapkan harga jasa laundry karena teori ini menekankan prinsip keadilan, keseimbangan, dan etika dalam transaksi ekonomi. Dalam dunia usaha, khususnya jasa laundry, harga yang ditetapkan tidak boleh semata-mata berorientasi pada keuntungan, tetapi harus mempertimbangkan keadilan bagi semua pihak, yakni pemilik usaha, karyawan, dan konsumen. Dengan menerapkan prinsip ini, harga laundry menjadi wujud dari muamalah yang tidak hanya sah secara hukum, tetapi juga sah secara moral dan spiritual.

¹⁷Achmad Musyahid Idrus, ‘Kebijakan Pemimpin Negara Dalam Perspektif Kaidah Fikih : Tasarruf Al-Imam Manutun Bil Maslahah’, Al Daulah : Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan, 2021, 123

¹⁸ Sa’diyah.

Dalam praktiknya, pemilik usaha laundry harus memastikan bahwa harga yang dipatok mencerminkan biaya produksi yang sebenarnya, termasuk biaya listrik, air, deterjen, sewa tempat, dan gaji pekerja. Dengan demikian, mereka memperoleh keuntungan yang layak tanpa membebani konsumen secara berlebihan. Di sisi lain, harga yang terlalu rendah juga bertentangan dengan prinsip keadilan karena dapat merugikan pelaku usaha, menurunkan kualitas layanan, atau mengeksploitasi tenaga kerja.

Teori Al-'Adl juga menekankan pentingnya menjaga kemaslahatan umum. Dalam konteks laundry, ini berarti harga harus tetap bisa dijangkau oleh masyarakat sekitar, terutama jika layanan tersebut berada di lingkungan berpenghasilan menengah ke bawah. Harga yang adil akan membuat layanan laundry lebih inklusif dan membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan kebersihan, khususnya bagi mereka yang sibuk atau tidak memiliki fasilitas mencuci sendiri.

Selain itu, transparansi harga menjadi bagian dari amanah dalam prinsip Al-'Adl. Pemilik usaha harus menjelaskan secara jujur dan terbuka kepada konsumen mengenai struktur harga, termasuk layanan tambahan seperti setrika, laundry kilat, atau dry cleaning. Hal ini membangun kepercayaan, meminimalkan keluhan, dan mendorong konsumen untuk merasa dihargai sebagai bagian dari transaksi yang etis.

Dengan menerapkan teori Al-'Adl, penetapan harga laundry tidak hanya menjadi aktivitas ekonomi semata, tetapi juga menjadi bagian dari pengamalan nilai-nilai Islam dalam dunia usaha. Ini menciptakan ekosistem bisnis yang beretika, berkelanjutan, dan membawa manfaat sosial yang lebih luas. Oleh karena itu, Teori Al-'Adl sangat penting sebagai dasar moral dan praktis dalam menentukan harga laundry yang adil dan berkeadaban. Menurut teori Al-'Adl bahwa menetapkan harga sesuai dengan jarak dan melihat dari kesesuaian konsumen itu di anggap sah.

Kaidah "Tidak Boleh Ada Kerugian dan Tidak Menimbulkan Kerugian"

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

Terjemahan :

"Tidak boleh membuat kerusakan pada diri sendiri serta kerusakan pada orang lain." (HR. Ahmad dan Ibnu Majah dari Ibnu Abbas)¹⁹.

3. Teori Ekonomi Islam

a. Prinsip-prinsip Ekonomi Islam

Syarat suatu bangunan agar berdiri kokoh adalah tiang yang kokoh. Jika bangunan yang kokoh tersebut adalah ekonomi syariah, maka tiang penyangganya adalah sebagai berikut:²⁰

1) Siap menerima Resiko

Dalam dunia bisnis, termasuk bisnis jasa seperti laundry, kesiapan untuk menerima risiko adalah salah satu ciri penting dari seorang wirausahawan yang tangguh dan profesional. Risiko merupakan bagian yang tak terpisahkan dari setiap aktivitas usaha. Tidak ada bisnis yang sepenuhnya bebas dari risiko, baik itu risiko kerugian, penurunan pelanggan, kerusakan aset, hingga perubahan kondisi pasar. Oleh karena itu, kesiapan mental, strategi, dan spiritual untuk menghadapi risiko menjadi aspek penting dalam menjalankan usaha secara sehat dan berkelanjutan. Secara umum, risiko dapat diartikan sebagai kemungkinan terjadinya kejadian yang tidak diharapkan yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan usaha. Dalam konteks laundry, misalnya, risiko bisa berupa pakaian pelanggan yang rusak, pelanggan yang tidak membayar, mesin yang rusak, atau bahkan bencana alam yang mengganggu

¹⁹Sufriadi Ishak, 'Kemudharatan Tidak Harus Dihilangkan Dengan Kemudharatan', *Jurnal Al-Mizan: Jurnal Hukum Islam Dan Ekonomi Syariah*, 7(2) (2020), 117–26.

²⁰Muslimin, Zainab, And Jafar.

operasional. Semua hal ini menuntut pengusaha untuk mempersiapkan diri, baik dari sisi perencanaan maupun pengelolaan jika risiko tersebut benar-benar terjadi.

Dari perspektif Islam, prinsip kesiapan terhadap risiko sejalan dengan nilai tawakal dan ikhtiar. Islam tidak melarang seseorang mengambil risiko dalam berusaha, selama tetap mengedepankan prinsip-prinsip syariah dan tidak melakukan spekulasi (gharar) atau perjudian (maysir). Seorang Muslim yang berbisnis dianjurkan untuk berikhtiar semaksimal mungkin dengan perencanaan dan pengelolaan yang baik, lalu menyerahkan hasil akhirnya kepada Allah (tawakal).

Seseorang harus siap menanggung risiko yang menyertai suatu pekerjaan. Besarnya keuntungan atau manfaat yang diperoleh pun bergantung pada jenis pekerjaan tersebut. Oleh karena itu, tidak ada manfaat yang bisa didapat tanpa adanya risiko. Prinsip ini sejalan dengan kaidah "di mana ada manfaat, di situ terdapat risiko" (*Al-Kharaj bi al-Dhaman*)

2) Tidak melakukan penimbunan

Dalam sistem ekonomi syariah, tidak seorang pun diizinkan untuk menimbun uang. Tidak boleh menyimpan uang tanpa digunakan. Dengan kata lain. Hukum islam tidak memperbolehkan uang kontan (cash) yang menganggur tanpa dimanfaatkan. Oleh karena itu, pemerintah harus memberikan sanksi bagi mereka yang menimbun uang dengan mengenakan pajak untuk uang kontan tersebut. Hal ini untuk menghindari kegiatan penimbunan uang yang biasanya digunakan untuk kegiatan spekulasi. Dalam prinsip ekonomi Islam, tidak melakukan penimbunan (ihtikar) merupakan ajaran fundamental yang menekankan pentingnya keadilan dan keberkahan dalam kegiatan muamalah, termasuk dalam aktivitas bisnis seperti usaha laundry. Penimbunan dalam pengertian syariah adalah praktik menyimpan barang

kebutuhan pokok dalam jumlah besar dengan tujuan untuk menaikkan harga dan mengambil keuntungan secara tidak wajar ketika barang tersebut menjadi langka di pasaran. Tindakan ini dilarang keras karena dapat merugikan masyarakat secara luas dan merusak keseimbangan pasar.

Hadis ini menunjukkan bahwa praktik penimbunan bukan hanya tidak etis, tetapi juga termasuk perbuatan dosa dalam pandangan Islam. Prinsip ini berlaku tidak hanya pada barang kebutuhan pokok seperti makanan, tetapi juga bisa diperluas secara makna kepada bentuk-bentuk penguasaan pasar atau sumber daya secara tidak adil demi keuntungan sepihak.

Dalam konteks bisnis laundry, larangan penimbunan dapat diterjemahkan ke dalam sikap tidak memanfaatkan kelangkaan barang atau jasa untuk keuntungan yang tidak wajar. Misalnya, jika terjadi kelangkaan deterjen, air, atau layanan serupa di daerah tertentu, pelaku usaha tidak boleh menaikkan harga secara berlebihan atau menyimpan stok hanya untuk memanipulasi harga pasar. Sebaliknya, pelaku usaha dianjurkan untuk tetap melayani pelanggan secara adil dan proporsional sesuai biaya operasional yang sebenarnya.

Secara etika bisnis, tidak melakukan penimbunan juga berkaitan dengan prinsip transparansi dan tanggung jawab sosial. Usaha yang berjalan secara Islami tidak hanya memikirkan profit semata, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan menjaga kepercayaan konsumen. Dalam jangka panjang, konsumen akan lebih setia kepada usaha yang tidak memanfaatkan situasi darurat atau krisis untuk kepentingan pribadi.

Prinsip ini juga menciptakan pasar yang sehat dan kompetitif. Ketika pelaku usaha tidak melakukan penimbunan, maka distribusi barang atau jasa menjadi lebih

merata. Hal ini memungkinkan terciptanya keseimbangan antara permintaan dan penawaran, sehingga harga tetap stabil dan tidak menimbulkan keresahan di masyarakat. Ini sangat penting dalam industri jasa seperti laundry, di mana kepercayaan dan kenyamanan pelanggan menjadi modal utama keberlanjutan usaha. Dari sudut pandang kebijakan publik, pemerintah dalam ekonomi Islam juga memiliki wewenang untuk mengawasi dan mencegah praktik penimbunan, karena hal tersebut masuk dalam bentuk hisbah (pengawasan pasar). Ini menunjukkan bahwa mencegah penimbunan bukan hanya kewajiban moral individual, tetapi juga bagian dari sistem ekonomi yang bertanggung jawab secara kolektif.

3) Tidak Monopoli

Dalam ekonomi Islam, prinsip tidak melakukan monopoli merupakan bagian dari nilai keadilan dalam bermuamalah. Monopoli dalam konteks bisnis adalah penguasaan pasar oleh satu pihak secara penuh sehingga menghalangi pihak lain untuk bersaing secara adil dan mengendalikan harga serta distribusi produk atau jasa sesuai kehendaknya sendiri. Praktik ini dipandang merusak keseimbangan pasar, membatasi pilihan konsumen, dan bisa menyebabkan ketimpangan ekonomi.

Secara bahasa, monopoli dikenal dalam istilah Arab sebagai "ihtikar", namun dalam konteks ini lebih merujuk pada penguasaan pasar (market domination) bukan sekadar penimbunan barang. Islam melarang monopoli karena bertentangan dengan prinsip persaingan sehat, keterbukaan pasar, dan keadilan dalam transaksi. Dalam sebuah hadis, Rasulullah SAW bersabda:

لا يحتكر إلا خاطئ

Terjemahan :

“Tidak ada yang melakukan monopoli kecuali orang yang berdosa.” (HR. Muslim)

Hadis ini menjadi landasan bahwa monopoli bukan hanya tidak etis, tetapi juga termasuk perbuatan maksiat jika dilakukan dengan niat merugikan masyarakat dan menghambat distribusi barang atau jasa yang menjadi kebutuhan umum.

Dalam praktik usaha modern, termasuk usaha laundry, monopoli bisa terjadi jika satu pihak menguasai seluruh layanan di suatu wilayah—misalnya dengan cara menghalangi pendirian usaha sejenis, membeli kompetitor secara tidak adil, atau menekan harga sedemikian rupa hingga usaha kecil lainnya bangkrut. Strategi seperti ini bertentangan dengan semangat syariah yang menjunjung tinggi kompetisi yang sehat dan etis.

Islam memandang bahwa pasar harus terbuka bagi semua pelaku usaha. Siapa pun yang memiliki kemampuan, modal, dan niat baik berhak untuk berpartisipasi dalam ekonomi. Oleh karena itu, menciptakan dominasi dengan cara menyingkirkan pesaing secara tidak adil atau menetapkan harga seenaknya adalah bentuk kezaliman ekonomi.

Selain bertentangan dengan prinsip Islam, monopoli juga merugikan konsumen. Ketika hanya satu pelaku usaha yang menyediakan layanan laundry, maka konsumen tidak memiliki alternatif, dan terpaksa menerima harga dan layanan apa pun yang diberikan. Hal ini membuka celah eksploitasi. Dalam jangka panjang, hal ini menurunkan kualitas layanan dan menurunkan kepercayaan konsumen terhadap pasar.

Islam mendorong iklim usaha yang adil, terbuka, dan saling menguntungkan. Pemerintah atau otoritas pasar dalam sistem ekonomi Islam juga memiliki kewajiban untuk mengawasi praktik monopoli dan membatasi kekuasaan ekonomi yang tidak

sehat, sebagaimana bagian dari tugas hisbah (pengawasan pasar) dalam khazanah fiqh muamalah klasik.

Dalam Konteks Usaha Laundry:

Pelaku usaha laundry hendaknya bersaing secara sehat melalui Peningkatan kualitas layanan, Inovasi dalam sistem pelayanan (seperti layanan antar-jemput atau aplikasi digital), Penetapan harga yang wajar dan transparan, Tidak menghalangi kemunculan laundry lain di sekitar lokasi usahanya.

Persaingan yang sehat akan mendorong peningkatan mutu layanan, kepuasan konsumen, dan pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih merata. Sebaliknya, monopoli menumbuhkan ketergantungan konsumen, membunuh inovasi, dan berisiko menimbulkan kesenjangan ekonomi.

4) Pelarangan Interes Riba

Dalam sistem ekonomi Islam, riba atau bunga/interes dilarang secara tegas karena dianggap sebagai bentuk kezaliman ekonomi yang merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Larangan riba merupakan prinsip mendasar dalam syariat Islam yang tidak hanya berlaku dalam sistem keuangan, tetapi juga menjadi dasar dalam etika bisnis, termasuk dalam sektor jasa seperti usaha laundry atau sektor mikro lainnya.

Pelarangan riba dalam Islam bukan hanya larangan spiritual, tetapi juga merupakan prinsip etika ekonomi untuk mencegah ketimpangan dan penindasan. Dalam dunia usaha seperti laundry, menjauhi riba berarti membangun bisnis dengan modal halal, transaksi yang jujur, dan sistem keuangan yang adil. Bisnis semacam ini tidak hanya sah secara syariah, tetapi juga cenderung lebih dipercaya konsumen dan membawa keberkahan dalam jangka panjang.

Ada orang yang berpendapat bahwa Al Qur'an hanya melarang riba dalam bentuk bunga berbunga (compound interes) dan bunga yang dipraktikkan oleh bank konvensional (simple interes) bukan riba. Namun, jumhur (mayoritas) ulama mengatakan bahwa bunga bank adalah riba.

b. Konsep Kepemilikan dalam Islam

Secara bahasa kepemilikan artinya Penguasaan manusia atas harta secara otoritas. Sedangkan secara istilah kepemilikan adalah hubungan antara harta dan manusia yang ditetapkan syariat sebagai kekhususan baginya, sehingga dia boleh melakukan apa saja dengan harta tersebut selama tidak ada larangan/penghalang dari melakukannya. Kepemilikan juga bermakna kekhususan kepunyaan terhadap sesuatu yang menghalangi orang lain untuk melakukan suatu hal dari sesuatu tersebut.²¹

Islam memiliki suatu pandangan yang khas mengenai masalah kepemilikan (property), yang berbeda dengan pandangan kapitalisme dan sosialisme. Harta benda menurut Islam bukanlah milik pribadi (kapitalisme) dan bukan pula milik bersama (sosialisme) melainkan milik Allah, sebab ia dielaborasi dari al-Quran dan Sunnah. Konsep kepemilikan dalam ajaran Islam berangkat dari pandangan bahwa manusia memiliki kecenderungan dasar (fithrah) untuk memiliki sesuatu harta secara individual, tetapi juga membutuhkan pihak lain dalam kehidupan sosialnya. Harta atau kekayaan yang telah dianugerahkan-Nya di alam semesta ini, merupakan pemberian dari Allah kepada manusia untuk dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya guna kesejahteraan seluruh umat manusia secara ekonomi, sesuai dengan kehendak Allah Swt.

²¹Ali Akbar, 'Konsep Kepemilikan Dalam Islam', *Jurnal Sains Dan Seni Its*, 6.1 (2017), 124–25.

Allah SWT melarang riba karena dapat menimbulkan ketidakadilan dan kesenjangan sosial. Dalam Surah Al-Baqarah ayat 275-279, Allah SWT berfirman tentang larangan riba:

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 يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ ٢٧٦ إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ٢٧٧ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ٢٧٨ فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ٢٧٩

Terjemahan :

275. Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.

276. Allah menghilangkan (keberkahan dari) riba dan menyuburkan sedekah. Allah tidak menyukai setiap orang yang sangat kufur lagi bergelimang dosa.

277. Sesungguhnya orang-orang yang beriman, beramal saleh, menegakkan salat, dan menunaikan zakat, mereka mendapat pahala di sisi Tuhannya. Tidak ada rasa takut pada mereka dan tidak (pula) mereka bersedih.

278. Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang mukmin.

279. Jika kamu tidak melaksanakannya, ketahuilah akan terjadi perang (dahsyat) dari Allah dan Rasul-Nya. Akan tetapi, jika kamu bertobat, kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan). (QS. Al-Baqarah 2:275-279)²².

Kepemilikan juga bermakna kekhususan kepunyaan terhadap sesuatu yang mengha-langi orang lain untuk melakukan suatu hal dari sesuatu tersebut.²³

²² Kementerian Agama Ri, "Al-Qur'an Dan Terjemahan, Q.S. Al-Baqarah/2:275-279

²³Endah Fitri Permatasari And Usan, 'Konsep Kepemilikan Dalam Ekonomi Islam', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5.1 (2021), 39–54

c. Konsep Profit dalam Islam

Laba adalah selisih hasil penjualan dari harga pokok dan biaya operasi. Kalangan ahli ekonomi mendefinisikannya sebagai selisih antara total penjualan dengan total biaya. Total penjualan adalah harga barang yang dijual, dan total biaya operasional adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam penjualan yang terlihat dan tersembunyi.²⁴ Keuntungan adalah salah satu unsur penting dalam perdagangan, perdagangan dilakukan untuk mencari keuntungan sebagai upaya mencari nafkah memenuhi kebutuhan hidup. Keuntungan adalah sinonim dengan perkataan keuntungan, atau profit dalam bahasa Inggris. Keuntungan dalam bahasa arab disebut dengan *al-ribh* yang diartikan dengan penambahan atau pertumbuhan dalam perdagangan. Ada juga istilah lain yang terkait dengan untung seperti *al-nama'*, *al-ghallah*, *al-faidah*. Kata *ribh* sendiri hanya terdapat satu kali dalam Al-Quran yakni saat Allah mengecam tindakan orang-orang munafik. Yang terdapat dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah : 16, yaitu :

أُولَئِكَ الَّذِينَ اشْتَرَوُا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَت تِّجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ ۚ ١٦

Terjemahan :

Mereka itulah orang-orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk. Maka, tidaklah beruntung perniagaannya dan mereka bukanlah orang-orang yang mendapatkan petunjuk. (QS. Al-Baqarah 2:16)²⁵

Menurut ajaran Ibnu Arabi :

“Transaksi jual beli tanpa unsur *Iwad* sama dengan riba. *Iwad* dapat dipahami sebagai equivalent countervalue yang berupa risiko (*Ghurmi*), kerja dan usaha

²⁴Abd Arif Mukhlas, 'Konsep Kerjasama Dalam Ekonomi Islam', *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9.1 (2021), 1–19

²⁵Kementerian Agama Ri, “*Al-Qur'an Dan Terjemahan*, Q.S. Al-Baqarah/2:16

(Kasb), dan tanggung jawab (Daman). Semua transaksi perniagaan untuk mendapatkan keuntungan harus memenuhi kaidah – kaidah tersebut”.

Untuk mengetahui suatu transaksi atau akad dalam mengambil keuntungan apakah sesuai dengan ketentuan syariah atau tidak, apakah mengandung unsur riba atau tidak, dapat digunakan kaidah sebagai berikut. Pertama, letakkan akad yang akan dievaluasi. Kedua, evaluasi akad tersebut terhadap tiga unsur, yaitu risiko, kerja dan usaha, dan tanggung jawab.

Apabila ketiga unsur *'Iwad* ada, maka akad tersebut sesuai dengan ketentuan syariah, dan keuntungan yang dihasilkan transaksi tersebut bukan tergolong riba. Apabila ketiga unsur *'Iwad* tidak ada, maka akad tersebut tidak. Ketentuan Hukum Berdasar Etika Penelitian prinsip-prinsip kontrak (akad).

C. Kerangka Konseptual

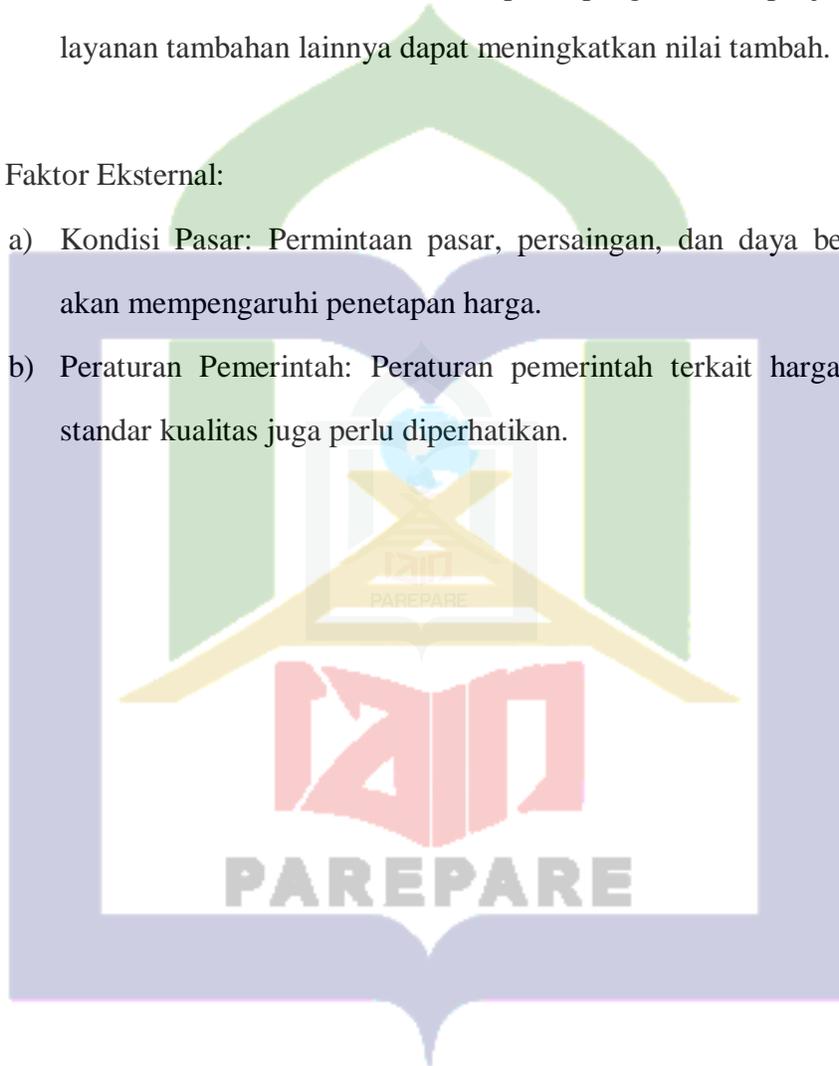
1. Penentuan Biaya Produksi:
 - a) Biaya Pokok: Meliputi biaya bahan baku (deterjen, pewangi, dll.), biaya tenaga kerja, biaya sewa tempat, biaya listrik, dan biaya operasional lainnya.
 - b) Biaya Tidak Langsung: Meliputi biaya depresiasi peralatan, biaya pemasaran, dan biaya administrasi.
2. Penentuan Keuntungan yang Wajar:
 - a) Tingkat Keuntungan: Keuntungan yang diambil harus wajar dan tidak berlebihan. Besarnya keuntungan dapat dipengaruhi oleh tingkat risiko usaha, kompleksitas jasa, dan kondisi pasar.
 - b) Pembagian Keuntungan: Keuntungan dapat digunakan untuk pengembangan usaha, pembayaran zakat, dan pemenuhan kebutuhan pribadi pengusaha.

3. Nilai Tambah:

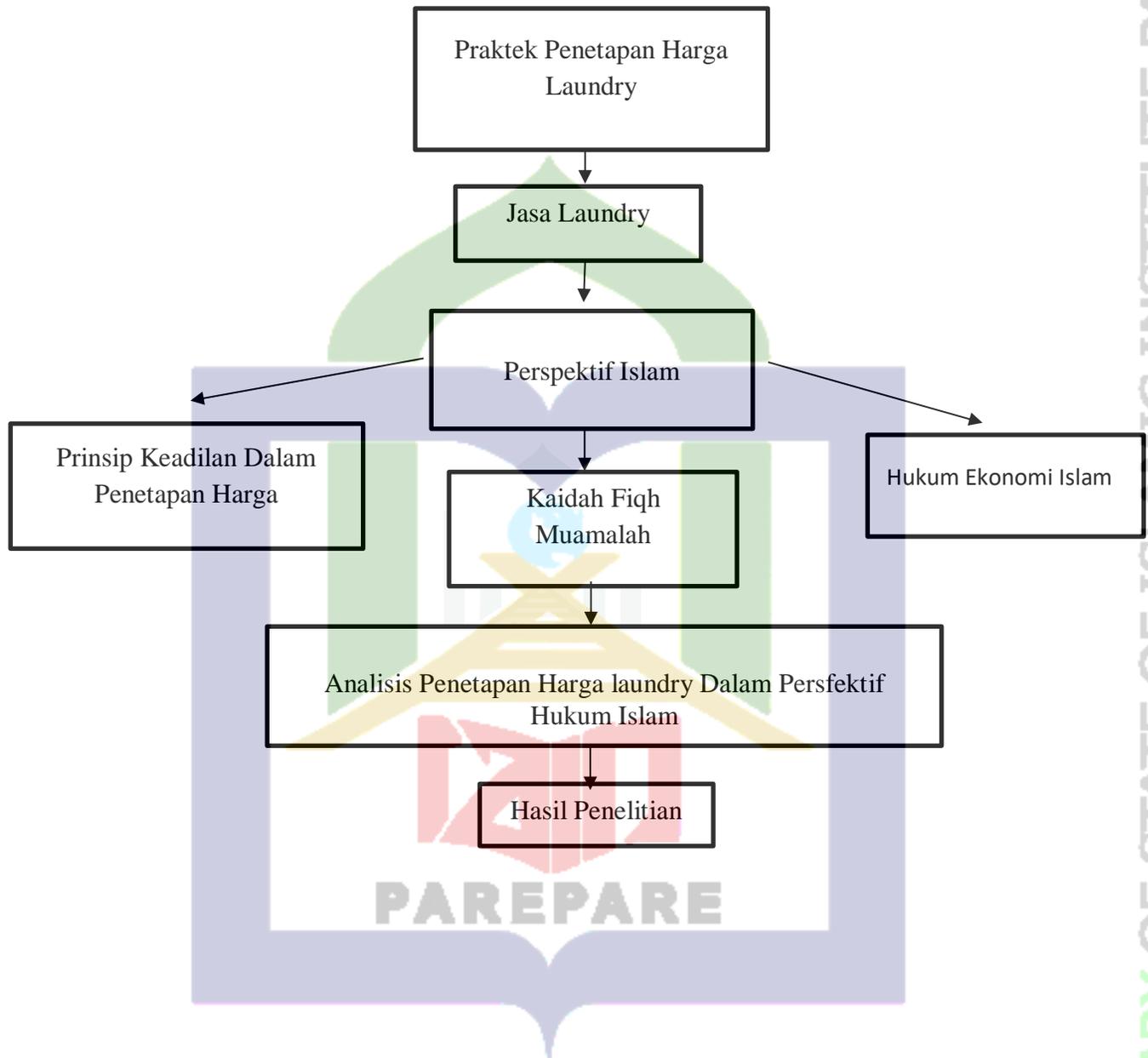
- a) Kualitas Jasa: Kualitas layanan, ketepatan waktu, dan kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu nilai tambah.
- b) Fasilitas Tambahan: Fasilitas seperti pengantaran, penjemputan, dan layanan tambahan lainnya dapat meningkatkan nilai tambah.

4. Faktor Eksternal:

- a) Kondisi Pasar: Permintaan pasar, persaingan, dan daya beli konsumen akan mempengaruhi penetapan harga.
- b) Peraturan Pemerintah: Peraturan pemerintah terkait harga, pajak, dan standar kualitas juga perlu diperhatikan.



D. Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*), yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara jelas kondisi nyata dari suatu situasi tertentu. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Proses pengumpulan data dilakukan secara langsung di lapangan dengan berinteraksi secara tatap muka bersama informan. Sementara itu, menurut Soetandyo Wignjosuebrotto yang dikutip oleh Bambang Sunggono dalam bukunya, penelitian bertujuan untuk menggali dan menemukan teori-teori mengenai bagaimana suatu proses terjadi serta bagaimana proses tersebut berlangsung dalam kehidupan masyarakat.²⁶

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris. Pendekatan ini terdiri dari dua unsur, yaitu "yuridis" yang mengacu pada hukum sebagai norma atau *das sollen*, karena pembahasan permasalahan penelitian ini didasarkan pada bahan-bahan hukum, baik yang tertulis maupun tidak tertulis, serta mencakup sumber hukum primer dan sekunder. Sementara itu, unsur "empiris" merujuk pada hukum yang dipahami sebagai realitas sosial dan kultural atau *das sein*, karena dalam penelitian ini juga digunakan data primer yang diperoleh langsung dari hasil observasi di lapangan

Dengan demikian, pendekatan yuridis empiris dalam penelitian ini memanfaatkan data primer yang dikumpulkan langsung dari lapangan. Pendekatan ini berarti bahwa analisis permasalahan dilakukan dengan

²⁶Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), H. 42.

menggabungkan sumber-sumber hukum sebagai data sekunder dengan temuan lapangan sebagai data primer, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap persoalan yang diteliti.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Kecamatan Panca Rijang, Kabupaten Sidenreng Rappang. Peneliti memilih sampel yang berada di kawasan permukiman penduduk, tepatnya di pusat kota Rappang. Daerah ini didominasi oleh masyarakat yang bekerja sebagai pegawai kantoran dan berada di sekitar lingkungan kampus, sehingga banyak warga sekitar yang memanfaatkan kondisi tersebut untuk membuka usaha laundry.

1. Mama Nia Laundry Jl. Andi Noni No.10 Kecamatan Panca Rijang
2. K9000 Laundry Jl. Andi Noni No.11 Kecamatan Panca Rijang
3. Al-Fazza Laundry Jl. Daeng Pallao Lanrang Kecamatan Panca Rijang
4. Flowres Laundry Jl. Andi Makasau Kecamatan Panca Rijang

Mama Nia Laundry merupakan salah satu cabang jasa usaha laundry yang berada di kota Rappang Awal Mula Usaha Ini dirintis pada tahun 2020 yakni berawal dari Covid-19 , Nama Mama Nia di ambil dari nama anak pemilik usaha tersebut yakni Nia Ramadani, awal didirikannya karena mama nia merasa tidak memiliki kerjaan setelah covid-19, mama nia juga awalnya mendirikan usaha laundry ini tanpa pegawai tetapi setelah jalan 2 tahun yakni 2022 usaha mama nia laundry mulai berkembang dan memiliki pegawai 2 orang atas nama fitrah dan Hj. Anju.

K9000 Laundry adalah salah satu usaha laundry yang berlokasi di Rappang. Usaha ini pertama kali didirikan pada tahun 2020 oleh Ibu Supiani Sude, S.Pd. Sebelum memulai usaha, Ibu Ani terlebih dahulu mencari informasi dan belajar dari orang-orang yang telah lebih dulu menjalankan bisnis laundry. Seiring waktu, ia menemukan sebuah ruko bekas usaha laundry yang sudah tidak beroperasi. Dengan tekad dan keberanian, Ibu Ani memutuskan untuk membeli ruko tersebut dan mulai mengelola usaha laundry bersama suaminya, Bapak Ahmadi Beddu, S.Sos. Pada awal berdirinya usaha jasa laundrynya memiliki 2 karyawan tetapi seiring berjalannya waktu dan usaha ini sudah berkembang jadi pemilik usahanya menambahkan karyawannya 5 orang. K9000 Laundry buka mulai jam 08.00-opsional.

Al-Fazza Laundry adalah usaha laundry yang berlokasi di kawasan pedesaan, tepatnya di Desa Timoreng Panua, dan memiliki lokasi yang cukup strategis karena berada di pinggir jalan utama. Usaha ini didirikan pada tahun 2019 oleh Kak Fahmi, yang membiayai seluruh kebutuhan awal usaha, mulai dari pembelian mesin cuci, pengering, dan perlengkapan lainnya. Ia melihat adanya peluang besar di wilayah tersebut karena letaknya yang dekat dengan lingkungan mahasiswa, khususnya dari Universitas Muhammadiyah Sidrap. Menyadari potensi tersebut, Kak Fahmi memutuskan untuk membuka layanan laundry di Timoreng Panua dan menamainya "Al-Fazza Laundry", yang berarti "berkembang". Nama tersebut dipilih dengan harapan agar usaha ini dapat terus tumbuh dan maju seiring berjalannya waktu. Usaha jasa laundry yang dirintis oleh keluarga Kak Fahmi sudah berjalan 5 tahun namun keuntungan yang didapat sangatlah menjanjikan. Sejak dari awal merintis Kak Fahmi sudah

mempekerjakan seorang karyawan yang bernama Sumarni jam operasional Al-fazza Laundry mulai jam 07.00-22.00.

Flowres Laundry merupakan salah satu usaha jasa laundry yang berlokasi di Kota Rappang dan telah beroperasi selama tujuh tahun. Usaha ini dimiliki oleh Bapak Muh. Yuwaini dan beralamat di Jalan Andi Makassar. Flowres Laundry mempekerjakan tiga orang karyawan yang masing-masing memiliki tugas berbeda dalam menjalankan operasional usaha. Jam operasional laundry ini dimulai dari pukul 08.00 hingga 22.00. Selain layanan cuci pakaian biasa, Flowres Laundry juga menyediakan layanan pencucian seprai, selimut, dan boneka. Tarif untuk layanan tersebut ditentukan berdasarkan ukuran barang; misalnya, selimut berukuran kecil dikenakan biaya sebesar Rp8.000, dan akan meningkat sesuai ukuran dengan tambahan harga sebesar Rp2.000 per tingkatan. Estimasi waktu penyelesaian layanan laundry berkisar antara 2 hingga 3 hari. Waktu penelitian akan dilakukan dalam kurung waktu 2 bulan lamanya.

C. Fokus Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah dan sesuai dengan rumusan masalah, maka diperlukan pembatasan ruang lingkup penelitian serta pemilihan sumber data yang relevan dan spesifik. Oleh karena itu, fokus utama dalam penelitian ini diarahkan pada penetapan harga jasa laundry di Kota Rappang, Kabupaten Sidenreng Rappang.

D. Jenis dan Sumber Data

Data adalah semua keterangan seseorang yang dijadikan informan maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistic atau dalam bentuk lainnya. Jenis penelitian ini menggunakan *field research* karena diperoleh dari

lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Secara umum sumber data dibagi dua jenis: data primer dan data sekunder:

Data primer adalah data yang diperoleh langsung melalui survei lapangan dan bersifat orisinal. Dalam konteks ini, data dikumpulkan melalui wawancara yang dilakukan secara langsung kepada para pemilik usaha jasa laundry yang beroperasi di Kota Rappang, Kabupaten Sidenreng Rappang.

Data Wawancara sebagai Sampel yang digunakan sebanyak 6 orang yaitu terdiri dari 4 pemilik usaha dan 2 karyawan.

Nama Laundry Penelitian:

1. Mama Nia Laundry
2. K9000 Laundry
3. Al-Fazza Laundry
4. Flowres Laundry

Nama Informan:

- 1) Natsir (Pemilik Usaha)
- 2) Supiani Sude S.Spd (Pemilik Usaha)
- 3) Aini (Pemilik Usaha)
- 4) Sumarni (Pemilik Usaha)
- 5) Hariani (Konsumen)
- 6) Zakina (Konsumen)
- 7) Rahma (Konsumen)
- 8) Dahlia (Konsumen)

Data Sekunder, adalah data yang didapatkan tidak langsung tetapi diperoleh melalui orang atau pihak lain, misalnya dokumen, laporan-laporan, buku-buku, jurnal

penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang isinya masih berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi, website, buku, dan jurnal yang menunjang penelitian.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data

Pada umumnya menggunakan 3 metode, yakni metode wawancara, pengamatan atau observasi, dan dokumentasi. .

1. Pengamatan

Secara umum, observasi dapat diartikan sebagai tindakan memperhatikan sesuatu atau seseorang dengan cermat, mengamati dari dekat, dan mencermati apa yang sedang berlangsung. Observasi merupakan metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap situasi atau kondisi di lingkungan objek penelitian. Tujuannya adalah untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai keadaan objek tersebut guna mendukung analisis dalam pembahasan penelitian.²⁷

Melalui pengamatan yang lebih mendalam terhadap fenomena yang terjadi di masyarakat, peneliti dapat menyusun langkah-langkah observasi secara lebih sistematis. Dengan melibatkan partisipasi secara langsung, peneliti memperoleh kesempatan yang lebih luas dalam mengamati objek penelitian, sehingga memungkinkan diperolehnya data yang lebih rinci dan mendalam mengenai topik yang sedang dikaji.

Teknik pengumpulan data melalui observasi dilakukan dengan cara peneliti terlebih dahulu mengamati objek penelitian, kemudian mencatat seluruh informasi yang diperoleh selama proses pengamatan berlangsung.

²⁷Ipa Hafsiah Yakin, 'Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif', *Jurnal Equilibrium*, 5.January (2023), 1-7.

2. Observasi

Observasi ini dilakukan dengan tujuan untuk menjawab berbagai pertanyaan dan permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Melalui observasi tersebut, peneliti dapat memahami secara langsung bagaimana praktik penetapan harga jasa laundry di wilayah Rappang.

3. Metode wawancara

Metode wawancara adalah komunikasi atau interaksi yang dilakukan untuk mengajukan pertanyaan dan mengumpulkan informasi antara peneliti dan objek penelitian, yang pada dasarnya metode wawancara merupakan proses pencarian informasi untuk mengumpulkan lebih banyak data detail dan akurat tentang objek yang akan dibahas dan diteliti. Metode wawancara merupakan bentuk komunikasi atau interaksi antara peneliti dan subjek penelitian yang dilakukan dengan tujuan mengajukan pertanyaan serta memperoleh informasi. Pada dasarnya, wawancara adalah proses penggalian data untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci dan tepat mengenai objek yang menjadi fokus kajian dan penelitian.²⁸

Ciri utama dalam metode ini adalah adanya pewawancara dan adanya narasumber yang saling kontak langsung dalam proses tanya jawabnya. Wawancara dilakukan dengan masyarakat yang memiliki pemahaman terkait penelitian yang diangkat

Nama Informan:

- a) Natsir (Pemilik Usaha)

²⁸Eko Haryono, 'Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam', *E-Journal An-Nuur: The Journal Of Islamic Studies*, 13 (2023), 1–6.

- b) Supiani Sude S.Spd (Pemilik Usaha)
 - c) Aini (Pemilik Usaha)
 - d) Sumarni (Pemilik Usaha)
 - e) Hariani (Konsumen)
 - f) Zakina (Konsumen)
 - g) Rahma (Konsumen)
 - h) Dahlia (Konsumen)
4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang memanfaatkan berbagai sumber tertulis seperti dokumen, tulisan, Al-Qur'an, hadits, serta hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan topik kajian. Dokumen-dokumen yang diperoleh kemudian diseleksi berdasarkan tingkat relevansinya terhadap fokus penelitian, agar data yang disajikan dapat disusun secara sistematis, disampaikan dengan baik, dan memiliki dasar ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan.²⁹

F. Uji Keabsahan Data

1. Uji Kredibilitas (*Credibility*)

Uji kredibilitas berfungsi untuk: *Pertama*, melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai; *Kedua*, mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.

Uji keabsahan data yang digunakan dalam uji kredibilitas adalah uji *triangulasi data*. *Triangulasi* adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang

²⁹Roking Erlando, 'Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Bagi Hasil Budidaya Ikan Air Tawar (Studi Di Desa Buay Nyerupa Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat)' (Skripsi Sarjana: Hukum Ekonomi Syariah Uin Raden Intan Lampung, 2022).

memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.³⁰ Dalam penelitian ini yang digunakan penulis adalah triangulasi melalui sumber. Triangulasi melalui sumber artinya membandingkan hasil dari wawancara dengan hasil pengamatan, membandingkan apa yang di katakan orang atau informan tentang situasi penelitian dengan hasil perapanjangan keikutsertaan yang di lakukan oleh peneliti, membandingkan data perspektif yang berbeda yaitu antara warga masyarakat biasa, tokoh masyarakat, orang pemerintah atau bukan, dan tidak lupa untuk membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen/arsip serta pelaksanaannya.³¹

2. Uji kepastian data.

Uji kepastian data merupakan uji untuk memastikan bahwa sesuatu itu objektif atau tidak bergantung pada persetujuan beberapa orang terhadap pandangan, pendapat, dan penemuan seseorang. Jika disepakati oleh beberapa atau banyak orang, barulah dikatakan objektif.³²

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah suatu proses yang berlangsung mulai dari saat peneliti berada di lapangan hingga tahap penyusunan laporan hasil penelitian. Proses ini didukung oleh berbagai temuan seperti dokumen, rekaman, hasil wawancara, dan data lain yang diperoleh selama pengumpulan informasi di lapangan. Seluruh data yang terkumpul akan disusun, diklasifikasi, dan diseleksi secara sistematis hingga menghasilkan sebuah kesimpulan akhir.

³⁰Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2004), H. 330.

³¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Pt Ikpi, 2008), H. 47.

³²Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, H. 324-326

Pada penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan tahap model analisis Miles dan Herberman melalui 3 tahap, yaitu:³³

1. Reduksi data

Reduksi data berarti proses penyederhanaan atau penyaringan data. Dalam konteks ini, data yang dikumpulkan dari lapangan dikelompokkan, dipilih, dan diringkas dengan tujuan memperjelas, mempermudah, serta menyoroti informasi yang paling relevan agar memudahkan dalam penarikan kesimpulan. Karena data yang diperoleh dari berbagai sumber biasanya sangat banyak, maka penting untuk memusatkan perhatian hanya pada aspek-aspek yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian. Data yang telah direduksi ini akan membantu penulis dalam melanjutkan tahapan penelitian berikutnya dengan lebih terarah.

2. Penyajian data

Penyajian data dilakukan setelah proses reduksi selesai. Dalam penelitian kualitatif, data disusun secara terstruktur dan sistematis agar mempermudah penarikan kesimpulan. Umumnya, penyajian data berbentuk uraian naratif yang berasal dari catatan lapangan, yang disusun sedemikian rupa agar mudah dipahami oleh pembaca. Data disajikan dalam bentuk kategori-kategori tertentu guna memudahkan penulis dalam memahami serta menganalisis informasi yang telah diperoleh.³⁴

3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi, yang didasarkan pada hasil reduksi data sebelumnya. Kesimpulan ini

³³ Husaini Usman Dan Purnomo Setiadi Akbar, "Metode Penelitian Sosial" (Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2009), H.31

³⁴ Chesley Tanujaya, "Perancangan Standart Operasional Procedur Produksi Pada Perusahaan Coffecin," *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 2, No.1 (2017), H. 94.

bersifat sementara dan dapat berubah jika di kemudian hari ditemukan fakta baru yang lebih valid dan relevan selama proses penelitian berlangsung. Namun, jika kesimpulan tersebut didukung oleh data yang kuat dan tidak diragukan keakuratannya, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap sah dan memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. **Praktek Penetapan Harga Pada Jasa Laundry Pada Jasa Laundry Di Rappang Kabupaten Sidrap**

Penetapan harga dalam jasa laundry merupakan strategi penting yang harus dipertimbangkan secara matang karena sangat mempengaruhi daya saing dan keuntungan usaha. Dalam praktiknya, harga jasa laundry ditentukan berdasarkan berbagai faktor seperti biaya operasional, target pasar, jenis layanan yang diberikan, serta strategi bisnis yang diambil oleh pemilik usaha. Setiap keputusan harga harus mampu menutupi biaya-biaya tersebut sekaligus memberikan nilai yang dirasakan sepadan oleh pelanggan.

Pertama, salah satu faktor utama dalam penetapan harga adalah biaya operasional. Ini mencakup biaya listrik, air, deterjen, pewangi, sewa tempat, gaji karyawan, serta pemeliharaan mesin cuci dan pengering. Pengusaha laundry harus menghitung secara detail seluruh pengeluaran ini agar tidak mengalami kerugian. Setelah mengetahui total biaya tetap dan variabel, barulah bisa ditentukan harga minimum per kilogram atau per potong agar bisnis tetap berjalan secara berkelanjutan.

Kedua, pengusaha juga harus memperhatikan segmentasi dan daya beli konsumen. Misalnya, laundry di area kos mahasiswa mungkin perlu menetapkan harga yang lebih terjangkau dibanding laundry di daerah perkantoran atau perumahan elit. Mengenali siapa target pasar membantu dalam menyesuaikan harga agar tetap kompetitif dan menarik minat pelanggan, tanpa mengorbankan kualitas layanan yang diberikan.

Ketiga, faktor jenis layanan sangat mempengaruhi harga. Layanan seperti laundry kiloan, laundry satuan, cuci kering (dry clean), atau layanan express memiliki tingkat kesulitan dan penggunaan sumber data yang berbeda. Oleh karena itu, harga layanan express atau dry clean biasanya lebih tinggi karena memerlukan perlakuan khusus dan waktu pengerjaan yang lebih cepat. Pelanggan pun bersedia membayar lebih untuk kenyamanan dan kecepatan.

Terakhir, strategi penetapan harga juga bisa dipengaruhi oleh kondisi persaingan di pasar. Dalam lingkungan yang kompetitif, pengusaha laundry dapat menerapkan strategi harga promosi seperti diskon, paket bulanan, atau layanan gratis antar-jemput untuk menarik pelanggan. Namun, penting untuk menjaga agar strategi ini tidak merusak nilai brand atau menyebabkan kerugian. Maka, penetapan harga harus selalu dievaluasi secara berkala agar tetap sesuai dengan kondisi pasar dan kebutuhan pelanggan.

Di Mama Nia Laundry menetapkan Harga dengan mempertimbangkan biaya operasionalnya .

Jenis	Harga	Express
Kiloan	6 Ribu	8 ribu
Setrika	8 Ribu	10 Ribu
Jas	20 Ribu	25 Ribu
Boneka	5 Ribu	8 Ribu
Karpet	25-30 Ribu	
Gamis	25 Ribu	30 Ribu

Di K9000 menetapkan harga dengan mempertimbangkan biaya operasionalnya:

Kiloan	6 Ribu
Setrika	8 Ribu
Bedcover	30-35Ribu
Satuan	25-30 Ribu
Jas	10-20 Ribu
Boneka	5-10 Ribu

Express 4 Jam Ditambah 12 Ribu, Setrika 14 Ribu, 1 Hari Tambah 3 Ribu

Di Al-Fazza Laundry menetapkan harga dengan mempertimbangkan biaya operasionalnya:

Kiloan	6 Ribu
Setrika	7 Ribu
Bedcover	20-25 Ribu
Satuan	15-20 Ribu
Jas	10 Ribu
Boneka	5-10 Ribu

Di Flowres Laundry Menetapkan harga dengan mempertimbangkan biaya Operasionalnya:

Kiloan	6 Ribu
Setrika	8 Ribu
Bedcover	30-35 Ribu
Satuan	25 Ribu
Jas	20-30 Ribu
Boneka	5-10 Ribu
Karpet	60-80 Ribu

Setrika saja	5 ribu
--------------	--------

Berdasarkan Hasil Wawancara dengan Bapak Natsir selaku pemilik Usaha Laundry yang Mengatakan Bahwa :

Dalam wawancara dengan pemilik usaha laundry Pak Natsir menjelaskan bahwa penetapan harga jasanya sangat dipengaruhi oleh biaya operasional. Ia menyebutkan bahwa biaya listrik dan air menjadi komponen terbesar dalam operasional harian, terutama karena penggunaan mesin cuci dan pengering yang intensif. Selain itu, harga deterjen dan pewangi yang cenderung fluktuatif juga memengaruhi penentuan harga per kilogram.

"Kami harus memastikan bahwa setiap harga yang kami tetapkan bisa menutupi seluruh biaya tersebut, termasuk gaji karyawan dan sewa tempat. Kalau tidak dihitung dengan benar, bisa-bisa malah rugi dan sabun dan pewangi kita gunakan yang memeang sudah berkualitas kami juga memasang list harga pada papan informasi laundry agar konsumen mengetahui harga laundry kami,"³⁵

Dari wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya bergantung pada kualitas layanan dan produk, tetapi juga pada perhitungan biaya yang cermat dan penetapan harga yang tepat. Dengan mengutamakan kualitas serta manajemen keuangan yang baik, pelaku usaha bisa terus berkembang dan menjaga kepuasan pelanggan.

Pak Natsir mengatakan bahwa biaya sabun yang digunakan tidak sedikit dan hanya memastikan kepuasan konsumen.

"Kami menggunakan ukuran standar pewangi dan sabun seperti 5 kg kita kasi 1,5 gelas sabun cair dan pewangi"³⁶

Dari wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa usaha ini mengedepankan konsistensi dan standar operasional yang jelas, termasuk dalam penggunaan bahan seperti sabun dan pewangi. Hal ini menunjukkan komitmen terhadap kualitas hasil cucian dan kepuasan pelanggan.

Pak Natsir juga menambahkan bahwa sebelum menetapkan harga baru, ia selalu melakukan perhitungan total biaya tetap dan variabel per bulan, lalu

³⁵ Natsir, Wawancara Pemilik Usaha Laundry, Tanggal 4 Maret 2025

³⁶ Natsir, Wawancara Pemilik Usaha Laundry, Tanggal 4 Maret 2025

membaginya dengan estimasi jumlah pakaian yang diproses. Ia menggunakan pendekatan ini agar harga yang ditawarkan tetap kompetitif namun tidak mengorbankan keuntungan. Wawancara juga ditambahkan bahwa penetapan harga pada jasa kami melihat dari beberapa faktor lingkungan karena di sekitar usaha laundry adalah pusat perkantoran, dan memperhatikan biaya karyawan.

"Kadang orang lihat harga laundry sebelah lebih murah, tapi mereka nggak tahu apakah itu menutup biaya operasional atau tidak." Kami lebih memilih menetapkan harga yang sedikit lebih tinggi tapi sesuai dengan kualitas layanan dan tetap menguntungkan, kami juga menetapkan harga laundry melihat dari kualitasnya karena konsumen bisa memilih farfum sendiri dan konsumen yang kita fokuskan yaitu para pekerja kantoran karena usaha ini dekat dengan pusat perkantoran di Rappang.³⁷

Wawancara ini menegaskan bahwa penetapan harga dalam usaha laundry tidak semata-mata bersaing murah, tetapi berdasarkan perhitungan biaya operasional yang matang dan kualitas layanan yang ditawarkan. Dengan pendekatan berbasis biaya, usaha ini menjaga keberlanjutan bisnis sambil tetap memberikan nilai lebih kepada pelanggan, seperti pilihan parfum dan layanan yang sesuai kebutuhan. Fokus pasar yang diarahkan pada pekerja kantoran di kawasan Rappan juga menunjukkan strategi yang terarah dan relevan dengan lokasi usaha.

Hal ini sesuai diungkapkan konsumen Rahma Aulia mengatakan bahwa setiap ingin memakai jasa laundry dia tidak memperhatikan biayanya tetapi melihat dari kualitasnya.

"Saya memakai jasa laundry sekitar 1 tahun karena perkuliahan yang sangat padat sehingga belum sempat melakukan cuci pakaian dan saya tertarik di mama nia walaupun harga lebih tinggi dari laundry sebelah tapi Kualitas Laundry Mama Nia sangat memuaskan Konsumen Karena kita bisa memilih farfum sesuai dengan keinginan kita tanpa menambah harga jasa laundry tersebut katanya"³⁸.

³⁷Natsir, Pemilik Usaha Laundry, *Wawancara Di Mama Nia Laundry Kecamatan Panca Rijang*, 3 Maret 2025

³⁸Rahma Aulia, Konsumen, *Wawancara Tanggal 8 Maret 2025*

Dari wawancara ini dapat disimpulkan bahwa padatnya aktivitas perkuliahan mendorong konsumen untuk menggunakan jasa laundry. Meskipun harga di Laundry Mama Nia sedikit lebih tinggi dibandingkan tempat lain, kualitas layanan yang diberikan terutama kebebasan memilih parfum tanpa biaya tambahan menjadi nilai lebih yang memuaskan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen bersedia membayar lebih untuk kenyamanan, kualitas, dan pelayanan yang sesuai kebutuhan.

K9000 menempatkan harga sesuai dengan biaya kesepakatan antar pemilik usaha. Dalam wawancara dengan Suri, beliau menjelaskan bahwa penetapan harga di tempatnya tidak hanya mempertimbangkan aspek bisnis dan operasional, Dalam menjalankan sebuah usaha, penetapan harga menjadi salah satu aspek penting yang tidak hanya menentukan keuntungan, tetapi juga mencerminkan nilai dan komitmen terhadap pelanggan. Dalam wawancara ini, pemilik usaha berbagi pandangannya tentang pentingnya menetapkan harga yang adil dan seimbang tidak hanya demi keberlangsungan bisnis, tetapi juga demi menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Jika konsumen hendak melakukan laundry pakaian kami berikan informasi bahwa harga biasa dengan harga express itu berbeda Kami berusaha menetapkan harga yang wajar, sesuai dengan nilai kerja dan biaya yang dikeluarkan, tanpa menzalimi pelanggan atau merugikan pihak manapun,"³⁹

Ibu Suri menambahkan bahwa, pelanggan K9000 selalu diberikan informasi jelas mengenai komponen harga, mulai dari biaya cuci, setrika, hingga tambahan layanan seperti antar-jemput. Selain itu, dalam proses usahanya, K9000 juga berupaya menghindari segala bentuk kecurangan seperti pengurangan timbangan atau pengurangan kualitas pelayanan.

³⁹ Suri, *Wawancara*, Di K9000 Laundry, Tanggal 4 Maret 2025

"Kami percaya, keberkahan usaha datang dari kejujuran dalam menetapkan harga kami menetapkan harga berdasarkan berat pakaian, yaitu per kilogram. Untuk laundry biasa, harga per kilogramnya Rp6.000. Kalau untuk layanan express (1 hari selesai), ada tambahan Rp3.000 per kilogram. Kami juga punya daftar harga khusus untuk item tertentu seperti jas, bed cover, dan boneka. Selain itu, kami memberikan diskon kepada pelanggan setia. Misalnya, kalau pelanggan sudah mencuci sebanyak lima kali, maka pencucian keenam akan mendapatkan potongan 10%. Kami juga kadang memberikan diskon spesial saat momen tertentu seperti awal bulan atau hari besar, misalnya diskon 15% untuk pelanggan yang mencuci di atas 5 kilogram."⁴⁰

Wawancara ini menunjukkan bahwa strategi pemberian diskon bukan hanya sekadar promosi, tetapi juga bentuk perhatian dan penghargaan kepada pelanggan. Dengan memberikan potongan harga kepada pelanggan dengan jumlah cucian besar, usaha ini berupaya membangun hubungan jangka panjang yang loyal serta menciptakan pengalaman positif agar pelanggan merasa dihargai dan terus kembali menggunakan layanan mereka.

Hal ini diungkapkan oleh konsumen Zakina dalam wawancara :

"Saya menggunakan jasa laundry 1 tahun terakhir karena bisnis saya pada awalnya saya hanya bertanya jasa laundry yang murah dan kualitas bagus dimana tetapi teman-teman saya merekomendasikan di K9000 karena adanya diskon dan tempatnya di sekitar perkantoran dan kualitasnya bagus tetapi minesnya pengerjaan sampai 3 hari"⁴¹

Dalam wawancara bersama pemilik Al-Fazza Laundry usaha menjelaskan bahwa penetapan harga jasa laundry dilakukan dengan sangat hati-hati dan penuh perhitungan. Salah satu faktor utama yang menjadi pertimbangan adalah biaya operasional harian maupun bulanan. Biaya listrik, air, gaji karyawan, serta perawatan mesin cuci menjadi pengeluaran tetap yang tidak bisa dihindari.

"Kami harus tahu secara rinci berapa pengeluaran operasional setiap bulannya, karena dari situlah dasar penetapan harga ditentukan,"⁴²

⁴⁰Suri, *Wawancara*, Di K9000 Laundry, Tanggal 4 Maret 2025

⁴¹ Zakina, *Wawancara Konsumen*, Tanggal 10 Maret 2025

⁴²Sumarni, *Wawancara Di Al-Fazza Laundry*, Tanggal 10 Maret 2025

Wawancara ini menekankan pentingnya pemahaman yang rinci terhadap pengeluaran operasional sebagai dasar dalam menentukan harga layanan. Dengan mengetahui secara pasti biaya yang dikeluarkan setiap bulan, usaha dapat menetapkan harga yang realistis, menutup biaya operasional, dan tetap menjaga keberlanjutan bisnis tanpa merugikan pelanggan maupun pemilik usaha.

Menurutnya, jika biaya ini tidak dihitung secara akurat, bisa berisiko pada kerugian jangka panjang.

Selain biaya operasional bu Sumarni juga mempertimbangkan biaya bahan pendukung, seperti sabun cuci, pewangi, pelembut, hingga plastik pembungkus pakaian. Produk-produk tersebut dipilih dengan kualitas baik agar hasil laundry memuaskan pelanggan.

"Kita gak bisa asal pilih sabun atau pewangi murah. Kualitas tetap nomor satu, karena itu yang bikin pelanggan balik lagi,"⁴³

Semua bahan dihitung per kilogram penggunaan, lalu dijumlahkan agar diketahui berapa besar biaya bahan untuk setiap layanan laundry yang diberikan.

Sumarni juga menyebut bahwa selain menutup biaya, ia perlu menetapkan margin keuntungan yang wajar, biasanya sekitar 20–30 persen dari total biaya produksi per kilogram. Keuntungan ini digunakan tidak hanya untuk pengembangan usaha, tetapi juga sebagai cadangan jika terjadi kerusakan mesin atau kebutuhan mendadak lainnya. Menurutnya, terlalu besar mengambil untung bisa membuat pelanggan lari, sementara terlalu kecil justru membuat usaha tidak berkembang.

"Yang penting itu seimbang usaha jalan, pelanggan senang, dan usaha tetap untung, karena saya melihat banyaknya konsumen itu rata-rata mahasiswa dan masyarakat biasa, kami juga menyediakan jasa antar jemput untuk meringankan beban konsumen" katanya.⁴⁴

⁴³Sumarni, Wawancara Di Al-Fazza Laundry, Tanggal 10 Maret 2025

⁴⁴Sumarni, Wawancara, Di Al-Fazza Laundry, Tanggal 10 April 2025

Dalam praktiknya, Sumarni rutin mengevaluasi struktur harga setiap beberapa bulan, terutama jika ada kenaikan harga bahan baku atau tarif listrik. Ia juga membandingkan harga dengan kompetitor sekitar untuk tetap kompetitif namun tidak mengorbankan kualitas. Penetapan harga hanya soal angka, tapi juga soal nilai layanan yang dirasakan pelanggan. Dengan pendekatan transparan dan perhitungan yang jelas, Sumarni berharap usahanya bisa terus berkembang dengan cara yang jujur dan profesional.

Hal ini diungkapkan Oleh Konsumen Dahlia :

“Saya menggunakan Jasa laundry selama 6 bulan terakhir karena sibuk dengan pekerjaan tapi jasa memilih Al-Fazza Laundry karena Harga Laundry Yang diberikan Al-Fazza sangat murah sesuai dengan kualitas apalagi pengerjaannya sangat sebentar dan selalu memberikan diskon setiap Hari Jumat”⁴⁵

Dalam memilih jasa laundry, faktor timbangan yang akurat dan transparansi harga menjadi hal utama yang sangat diperhatikan. Hal ini memastikan bahwa pelanggan mendapatkan pelayanan yang adil dan sesuai dengan nilai yang dibayarkan. Dari pengalaman Zakina dengan Laundry Al-Fazza, pelayanan yang cepat, kualitas yang baik, serta diskon rutin menjadi nilai tambah yang memperkuat kepercayaan pelanggan. Dengan demikian, kombinasi antara transparansi harga dan kualitas layanan menjadi kunci utama dalam menentukan pilihan laundry yang tepat.

Begitupun Flowres Laundry secara rutin melakukan survei harga di lingkungan sekitar seperti ke laundry-laundry lain di kompleks perumahan, kos-kosan, dan area perkantoran. Dari hasil survei ini, kak Aini bisa melihat rata-rata harga yang berlaku, sehingga harga Flowres Laundry tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah dari standar pasar.

⁴⁵Dahlia, Wawancara Konsumen Pada Tanggal 12maret 2025

"Kami nggak mau banting harga, tapi juga nggak mau terlalu mahal. Jadi kami ambil posisi tengah, sambil tetap jaga kualitas dan pelayanan,"

Survei ini juga membantunya menyesuaikan paket-paket layanan yang disukai pelanggan, seperti paket kiloan hemat atau cuci-setrika express

Dengan kombinasi antara analisis biaya, perhitungan keuntungan yang rasional, peningkatan kualitas layanan, dan survei pasar, Flowres Laundry berusaha menjaga keseimbangan antara kebutuhan usaha dan kepuasan pelanggan. Kak Aini menegaskan bahwa penetapan harga yang tepat bukan hanya soal mendapatkan untung, tetapi juga menciptakan kepercayaan dan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

"Kami memonitor harga yang diterapkan oleh kompetitor di area ini. Jika harga mereka naik, kami biasanya juga akan menyesuaikan harga kami agar tetap kompetitif, tetapi kami tetap menjaga kualitas layanan kami agar pelanggan tetap loyal kami juga memberikan harga sesuai dengan aspek sekeliling laundry kami karena kami berda di tengah masyarakat biasa ."⁴⁶

Hal Ini di Ungkapkan Oleh Konsumen Hariani :

"Saya sering memakai usaha Laundry karena pekerjaan yang cukup padat dan saya memilih laundry melihat dari kualitas pelayanan dan yang jelas harganya,"⁴⁷

Hariani Juga menungkapkan bahwa transparansi nota sangat di perhatikan :

"Saya Sangat Memperhatikan Timbangan dan Transparansi Harga sebelum menentukan laundry tersebut."⁴⁸

Kesimpulan Penetapan Harga Jasa Laundry di Mama Nia, K9000, Alfazza, dan Flowres Laundry Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha laundry Mama Nia, K9000, Alfazza, dan Flowres Laundry, dapat disimpulkan bahwa penetapan harga jasa laundry di masing-masing tempat dilakukan melalui proses pertimbangan yang matang. Mereka tidak hanya melihat dari sisi keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan nilai keadilan dan keberkahan usaha sesuai dengan prinsip

⁴⁶Aini, Pemilik Jasa Laundry Flowres

⁴⁷Hariani, Konsumen, Wawancara Pada 18 Maret 2025

⁴⁸Hariani, Konsumen, Wawancara Pada 18 Maret 2025

syariah. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga bukan semata-mata soal hitungan bisnis, tetapi juga menyangkut etika, tanggung jawab sosial, dan kepuasan pelanggan.

Pada usaha laundry K9000 dan flowres laundry penetapan harga didasarkan biaya operasional dan lokasi laundry Selain itu, mereka juga menghindari praktik-praktik yang dilarang dalam Islam seperti penipuan, pengurangan timbangan, atau ketidakjelasan layanan (gharar). Penetapan harga disusun agar tidak memberatkan pelanggan tetapi tetap memberikan kelangsungan usaha yang sehat.

Sementara itu, Mama Nia dan Al-fazza Laundry lebih menonjolkan aspek kualitas layanan dalam penyusunan harga. Mereka meyakini bahwa pelayanan yang baik seperti hasil cucian bersih dan wangi, layanan cepat, serta fasilitas tambahan seperti antar-jemput, merupakan nilai tambah yang bisa membuat pelanggan loyal. Oleh karena itu, harga yang mereka tetapkan disesuaikan dengan kualitas layanan yang diberikan, meskipun sedikit lebih tinggi dibanding laundry lainnya.

Namun, keempat usaha laundry tersebut tetap menunjukkan kesamaan dalam hal perhitungan biaya operasional. Mereka menghitung secara rinci semua pengeluaran mulai dari listrik, air, deterjen, hingga gaji karyawan sebelum menentukan harga. Setelah itu, barulah ditambahkan margin keuntungan yang dianggap wajar, biasanya antara 20–30 persen. Ini menjadi bukti bahwa meskipun memakai pendekatan berbeda, mereka tetap menjaga prinsip kelayakan harga secara umum.

Selain memperhitungkan biaya dan keuntungan, mereka juga aktif melakukan survei pasar agar harga yang ditetapkan tetap kompetitif. Pemilik usaha laundry membandingkan tarif dan layanan kompetitor di sekitarnya untuk menentukan posisi

harga yang sesuai. Hal ini penting agar usaha tetap bisa bersaing tanpa mengorbankan kualitas atau nilai-nilai syariah yang dianut. Survei ini dilakukan secara berkala untuk menyesuaikan harga dengan kondisi pasar dan inflasi bahan baku.

B. Perspektif Hukum Islam terhadap Penetapan Harga pada Praktik Jasa Laundry di Rappang Kabupaten Sidrap.

Dalam perspektif hukum Islam (Fiqh muamalah), penetapan harga dalam praktik usaha, termasuk jasa laundry seperti yang dijalankan di Rappang, Kabupaten Sidrap, harus memenuhi prinsip-prinsip dasar syariah seperti keadilan, kejujuran, transparansi, dan tidak menimbulkan kemudharatan. Islam memperbolehkan pelaku usaha menetapkan harga atas barang atau jasa yang ditawarkan, selama dilakukan secara adil, tidak merugikan pihak lain, dan tidak mengandung unsur penipuan (gharar) atau riba. Oleh karena itu, dalam praktik jasa laundry, penetapan harga harus mempertimbangkan nilai manfaat, biaya, serta kesesuaian dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen di daerah tersebut⁴⁹

Dalam praktik di Rappang, yang sebagian besar masyarakatnya beragama Islam dan masih menjunjung tinggi nilai-nilai religius serta sosial, penetapan harga jasa laundry sebaiknya disesuaikan dengan daya beli masyarakat serta biaya operasional yang wajar. Hukum Islam mendorong adanya musyawarah antara penjual dan pembeli, termasuk keterbukaan mengenai jenis layanan, kualitas, dan komponen biaya yang memengaruhi harga. Hal ini sejalan dengan prinsip *al-taradhi* (saling ridha), yaitu kedua belah pihak harus sama-sama rela dalam transaksi. Jika pelaku usaha laundry menetapkan harga yang terlalu tinggi tanpa alasan yang jelas, maka hal itu bertentangan dengan prinsip keadilan dalam Islam.

⁴⁹Umi Hani, 'Buku Ajar Fiqih Muamalah', *Universitas Islam Negeri Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*, 2021, 158.

Dari sisi prinsip syariah, keempat usaha laundry menunjukkan bahwa bisnis yang beretika dan bernilai Islami dapat diterapkan dalam usaha jasa seperti laundry. Mereka tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga menekankan keberkahan dan tanggung jawab sosial terhadap pelanggan dan karyawan. Ini terlihat dari cara mereka menetapkan harga dengan adil, membayar upah karyawan dengan layak, dan menjaga transparansi dalam layanan.

Secara keseluruhan, penetapan harga jasa laundry di Mama Nia, K9000, Alfazza, dan Flowres Laundry merupakan kombinasi dari perhitungan bisnis yang rasional, penerapan prinsip syariah, dan peningkatan kualitas layanan. Pendekatan ini memberikan hasil yang positif, yaitu loyalitas pelanggan yang tinggi, operasional yang stabil, serta reputasi baik di lingkungan sekitar. Keempatnya membuktikan bahwa menjalankan usaha dengan prinsip syariah dan pelayanan terbaik bukan hanya mungkin, tetapi juga efektif dan berkelanjutan.

Di sisi lain, Islam juga memberi hak kepada pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang halal, selama proses usaha dilakukan secara sah dan tidak melanggar prinsip syariah. Dalam konteks laundry, keuntungan boleh ditentukan selama tidak mengambil margin berlebihan atau memanfaatkan keadaan terdesak konsumen. Misalnya, saat musim hujan ketika kebutuhan laundry meningkat, hukum Islam tidak membolehkan pelaku usaha menaikkan harga secara ekstrem karena hal itu bisa termasuk dalam kategori *ikhhtikar* (penimbunan atau pengambilan keuntungan berlebihan dalam kondisi mendesak).

Dalam praktik penetapan harga jasa laundry di Rappang, jika pelaku usaha mampu menjelaskan kepada pelanggan rincian biaya seperti biaya listrik, air, deterjen, pewangi, tenaga kerja, dan biaya tambahan lainnya maka hal ini

mencerminkan transparansi yang dianjurkan dalam Islam. Selain itu, jika ada layanan tambahan seperti express atau antar-jemput yang dikenakan biaya lebih, maka harus dijelaskan di awal agar tidak menimbulkan perselisihan di kemudian hari. Islam sangat melarang praktik penipuan, termasuk dalam layanan yang tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan.

Secara keseluruhan, Hukum Islam memandang bahwa penetapan harga jasa laundry di Rappang sudah melakukan secara adil, jujur, terbuka, dan tidak merugikan konsumen maupun pelaku usaha. Jika prinsip-prinsip ini dijalankan, maka usaha tersebut dianggap sah dan halal menurut syariat. Bahkan, pelaku usaha yang menerapkan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnisnya diyakini akan mendapatkan keberkahan, tidak hanya dalam aspek materi, tetapi juga dalam bentuk kepercayaan dan loyalitas dari pelanggan, serta keberlanjutan usaha di tengah masyarakat.⁵⁰

Analisis penetapan harga laundry di Rappang dalam perspektif hukum yang mana jasa laundry di Rappang menetapkan harga berdasarkan biaya itu sah Sesuai dengan teori *Kotler* dan teori hukum Islam, karena harga ditetapkan secara adil berdasarkan biaya riil, dan jika disampaikan secara transparan, ini dianggap sah menurut fiqh muamalah. Jasa laundry di Rappang sudah menyesuaikan harga pada nilai tambah dan melihat dari kualitas layanan seperti antar jemput, layanan cepat, maka telah diperbolehkan dalam Islam

Laundry Menetapkan Harga Berdasarkan Harga Pasar (Competition-Based) diperbolehkan selama tidak ada kartel harga atau monopoli yang merugikan konsumen atau pelaku usaha lain, maka harga bersaing adalah bagian dari dinamika pasar yang sah. Jasa laundry di Rappang menggunakan harga diskon atau psikologis

⁵⁰Rusdan, 'Prinsip-Prinsip Dasar Fiqh Muamalah Dan Penerapannya Pada Kegiatan Perekonomian', *Jurnal El-Hikam*, 15.2 (2022), Hlm. 232-233.

diperbolehkan dengan syarat tidak ada unsur penipuan atau menyamarkan informasi..

Kesimpulan penetapan harga laundry di Rappang berdasarkan teori *Philip Kotler* adalah sah menurut hukum Islam, Karena :

1. Tidak mengandung unsur penipuan, gharar, riba, atau dzalim.
2. Didasarkan pada prinsip keadilan, transparansi, dan kerelaan antara penjual dan pembeli.
3. Tidak ada praktik monopoli atau penetapan harga yang merugikan pihak lain.
4. Harga ditetapkan berdasarkan nilai, biaya, atau kondisi pasar secara adil.

Dengan demikian, pendekatan modern ala Philip Kotler dapat diterima dalam perspektif hukum Islam selama tetap dalam batasan syariah.

Penetapan harga pada jasa laundry di Rappang masih memerlukan peningkatan dalam aspek transparansi dan kejelasan akad agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Beberapa pelaku usaha sudah mulai menerapkan prinsip Islam, namun masih terdapat praktik yang tidak sepenuhnya sesuai, seperti kurangnya sosialisasi harga atau tidak adanya akad eksplisit. Penerapan nilai-nilai keadilan, amanah, dan kesepakatan dalam bisnis laundry sangat penting demi menciptakan transaksi yang berkah dan beretika.

Penetapan harga jasa laundry di Indonesia diatur melalui berbagai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, praktik usaha yang sehat, dan transparansi dalam transaksi jasa. Meskipun tidak ada peraturan khusus yang hanya mengatur jasa laundry, prinsip-prinsip hukum yang mengaturnya dapat ditemukan dalam beberapa aturan umum berikut:

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-undang ini mengatur bahwa pelaku usaha, termasuk usaha jasa laundry, wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai harga, kualitas, dan layanan yang diberikan. Dalam Pasal 7, disebutkan bahwa pelaku usaha berkewajiban:

- a. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa.
- b. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- c. Menjamin mutu barang/jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar yang berlaku.

Ini berarti, penetapan harga jasa laundry harus dilakukan secara transparan dan wajar, serta diinformasikan terlebih dahulu kepada konsumen agar tidak menimbulkan kerugian.⁵¹

2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

UU ini melarang adanya penetapan harga yang merugikan pasar dan konsumen, seperti praktik kartel (kesepakatan harga antar pelaku usaha) atau menetapkan harga terlalu tinggi yang tidak sebanding dengan layanan. Pelaku usaha laundry tidak boleh bekerja sama untuk menentukan harga standar yang mencegah konsumen mendapatkan harga yang lebih adil dari usaha lain.

⁵¹Presiden Republik Indonesia, 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen', *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia*, 2003.1 (1999), 1-46.

3. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Dalam Pasal 1320 KUHPerdata, salah satu syarat sahnya perjanjian (termasuk transaksi jasa laundry) adalah adanya kesepakatan antara para pihak. Ini berarti, harga yang ditawarkan oleh pelaku usaha laundry harus disetujui oleh konsumen secara sadar dan tanpa paksaan. Jika terjadi perselisihan, perjanjian (baik lisan atau tertulis) antara kedua pihak akan menjadi dasar hukum.⁵²

4. Peraturan Daerah atau Peraturan Dinas Perdagangan

Di beberapa daerah, Dinas Perdagangan atau UMKM bisa mengeluarkan aturan lokal terkait standar pelayanan jasa dan batas tarif tertentu, meskipun ini jarang berlaku untuk jasa laundry kecuali dalam situasi tertentu (misalnya laundry rumah sakit atau pemerintah). Namun demikian, pelaku usaha laundry tetap harus mengikuti peraturan daerah mengenai izin usaha, kebersihan lingkungan, dan ketentuan harga yang berlaku di wilayahnya.

5. Hukum Islam (Bagi yang Menjalankan Usaha Syariah)

Bagi pelaku usaha yang menjalankan jasa laundry berbasis syariah, penetapan harga juga mengacu pada prinsip fiqh muamalah. Penetapan harga harus memenuhi syarat:

Dalam perspektif hukum Islam, pelaksanaan usaha jasa seperti laundry, khususnya bagi pelaku usaha yang menjalankan prinsip syariah, wajib memperhatikan nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan keberkahan dalam setiap aspek transaksi. Prinsip dasar muamalah (interaksi sosial dan ekonomi dalam Islam) menekankan bahwa segala bentuk transaksi harus dilakukan secara sukarela

⁵²R Subekti And R Tjitrosudibio, 'Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Kuh Perdata) 1838', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2019, 11–28.

(antaradin taradin), tidak mengandung unsur gharar (ketidakjelasan), riba (keuntungan yang tidak sah), maupun maysir (spekulasi atau perjudian).

Dalam konteks usaha laundry, penetapan harga harus dilakukan secara transparan dan disepakati kedua belah pihak sebelum jasa diberikan. Hal ini penting agar tidak terjadi salah paham atau sengketa antara pemilik usaha dan konsumen. Konsumen dalam pandangan Islam memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas tentang layanan yang diterima, termasuk harga, waktu pengerjaan, jenis layanan (misalnya cuci saja, cuci setrika, atau dry cleaning), serta kondisi barang setelah layanan diberikan.

Pelaku usaha syariah juga ditekankan untuk menjaga amanah (kepercayaan) dalam menjaga barang milik pelanggan, tidak merusaknya, serta menghindari tindakan curang seperti mencampurkan pakaian pelanggan satu dengan lainnya yang bisa menimbulkan kerusakan atau kehilangan. Jika terjadi kerusakan atau kehilangan barang pelanggan karena kelalaian, maka dalam fiqh muamalah, pelaku usaha wajib mengganti rugi sesuai dengan nilai barang tersebut, sebagai bentuk tanggung jawab atas akad yang telah disepakati.

Lebih dari sekadar hubungan ekonomi, menjalankan usaha laundry dalam perspektif syariah adalah bentuk ibadah, selama dijalankan dengan niat yang benar dan sesuai dengan prinsip halal. Keuntungan yang diperoleh pun harus bersumber dari cara yang sah dan tidak merugikan pihak lain. Hal ini sejalan dengan kaidah fikih, bahwa "tidak boleh ada kemudharatan dan tidak boleh saling memudaratkan" (lā ḍarar wa lā ḍirār).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian yang telah peneliti lakukan beberapa usaha laundry di Rappang tentang penetapan harga pada usaha jasa laundry perspektif Hukum Islam (Studi kasus jasa laundry di Rappang Kab. Sidrap), Dapat Disimpulkan bahwa :

1. Para pelaku usaha Laundry di Rappang Menetapkan harga jasa laundry umumnya dilakukan berdasarkan kesepakatan antara pemilik usaha dan pelanggan,. Selama tidak ada unsur penipuan (gharar), riba, atau ketidakadilan dalam transaksi, maka praktik ini dibenarkan dalam hukum Islam. Harga ditetapkan berdasarkan standar pasar, beban kerja, dan kualitas pelayanan. Dalam Islam, penetapan harga tidak boleh merugikan salah satu pihak. Berdasarkan observasi, tidak ditemukan indikasi zalim atau eksploitasi, sehingga proses penetapan harga dianggap adil.
2. Ditinjau dari Hukum Positif menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam pelaksanaan peraktek penetapan harga jasa laundry di Rappang yaitu ada beberapa yang sudah sesuai dengan hukum positif.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti menyampaikan saran-saran agar menjadi lebih baik untuk kedepannya, yaitu:

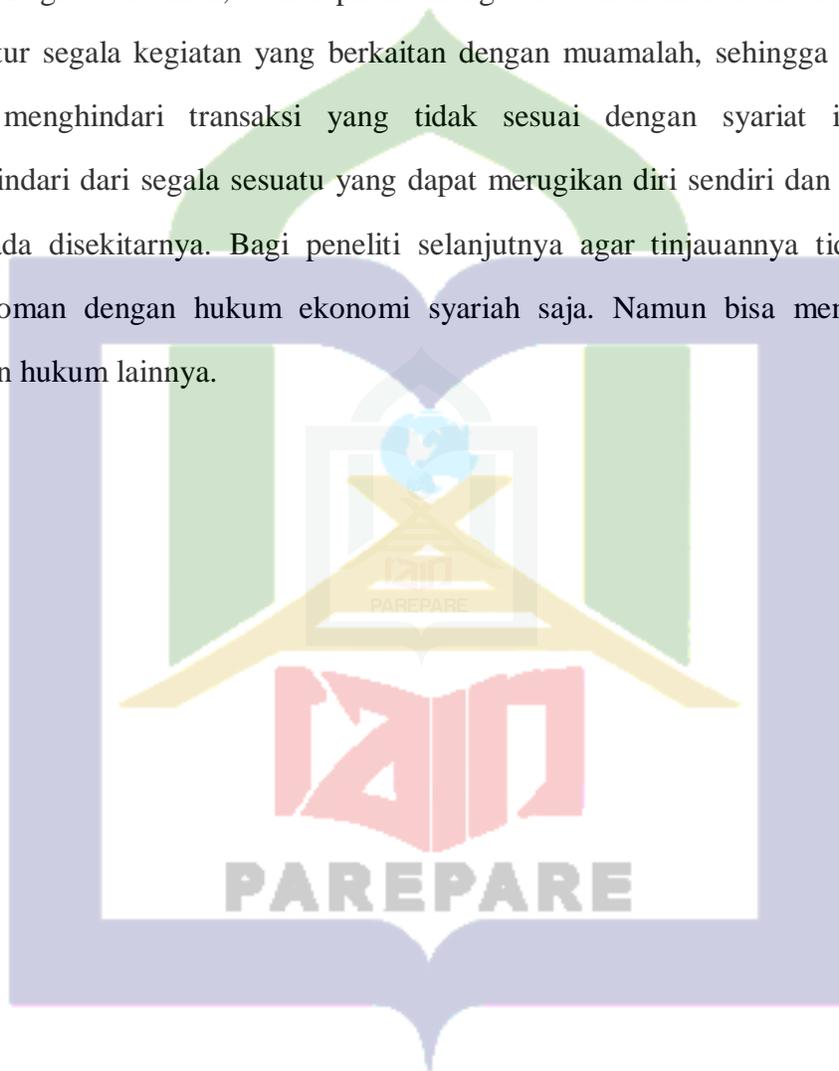
1. Bagi pihak pelaku usaha jasa laundry

Pertama, pelaku usaha jasa laundry atau karyawan hendaknya ketika melakukan transaksi kepada konsumen, sebelumnya dijelaskan terlebih dahulu mengenai sistem penetapan harga yang digunakan sehingga tidak ada unsur gharar yang menyebabkan salah satu pihak dirugikan. *Kedua*, pelaku usaha harus

mempertahankan kualitas penelayanan tetapi tetap dalam ketentuan yang sudah berlaku yaitu ketentuan syariah.

2. Bagi konsumen dan peneliti selanjutnya

Bagi konsumen, diharapkan mengetahui hukum-hukum islam yang mengatur segala kegiatan yang berkaitan dengan muamalah, sehingga konsumen dapat menghindari transaksi yang tidak sesuai dengan syariat islam dan menghindari dari segala sesuatu yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain yang ada disekitarnya. Bagi peneliti selanjutnya agar tinjauannya tidak hanya berpedoman dengan hukum ekonomi syariah saja. Namun bisa menggunakan tinjauan hukum lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'anul Qarim

- Akbar, Ali, 'Konsep Kepemilikan Dalam Islam', *Jurnal Sains Dan Seni Its*, 6.1 (2017), 124–25
- Alyya Noor Tamalla, Ahmad Fauzi, 'Strategi Kemandirian Berwirausaha Salyya Noor Tamalla, Ahmad Fauzi. 2021. "Strategi Kemandirian Berwirausaha Santri Perspektif Etika Bisnis Islam Etrepreneurial." *Journal At-Tamwil* 3 (2): 185–98. Antri Perspektif Etika Bisnis Islam Etrepreneurial', *Journal At-Tamwil*, 3.2 (2021), 185–98
- Aprilia, Anggun, And Heru Wahyudi, 'Analisis Permintaan Dan Pendugaan Struktur Pasar Pada Industri Jasa Laundry Kiloan Di Bandar Lampung', *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 3.1 (2025), 306–15
- Hafsiah Yakin, Ipa, 'Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif', *Jurnal Equilibrium*, 5. January (2023), 1–7
- Hani, Umi, 'Buku Ajar Fiqih Muamalah', *Universitas Islam Negeri Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*, 2021, 158
- Haryono, Eko, 'Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam', *E-Journal An-Nuur: The Journal Of Islamic Studies*, 13 (2023), 1–6
- Hasria, 'Praktik Pembulatan Timbangan Jasa Laundry Di Kota Parepare Dalam Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Ekonomi Syariah', 2023
- Idrus, Achmad Musyahid, 'Kebijakan Pemimpin Negara Dalam Perspektif Kaidah Fikih: Tasarruf Al-Imam Manutun Bil Maslahah', *Al Daulah : Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 2021, 123
<<https://doi.org/10.24252/Ad.V1i1.26278>>
- Ishak, Sufriadi, 'Kemudharatan Tidak Harus Dihilangkan Dengan Kemudharatan', *Jurnal Al-Mizan: Jurnal Hukum Islam Dan Ekonomi Syariah*, 7(2) (2020), 117–26
- Khasanah, Siti Nur, 'Penetapan Harga Pada Praktik Jasa Laundry Perspektif Hukum Islam Di Pucangan, Kartasura', 2020
- Lestari, Endah, 'Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi Dan Kualitas Pasar Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Klandasan', *Jurnal Minfo Polgan*, 13.1 (2024), 133–38
- Ma'ruf, Ichsan, 'Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembulatan Timbangan Pada Jasa Laundry Di Kecamatan Palimanan Kabupaten Cirebon Skripsi', *Acta*

- Universitatis Agriculturae Et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 53.9 (2020), 1689–99
- Mukhlas, Abd Arif, ‘Konsep Kerjasama Dalam Ekonomi Islam’, *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9.1 (2021), 1–19 <<https://doi.org/10.37812/aliqtishod.V9i1.195>>
- Muslimin, Supriadi, Zainab Zainab, And Wardah Jafar, ‘Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam’, *Al-Azhar Journal Of Islamic Economics*, 2.1 (2020), 1–11 <<https://doi.org/10.37146/ajie.V2i1.30>>
- Nofrianto, Azharsyah Ibrahim, Erika Amelia | Nashr Akbar Nur Kholis, And Suci Aprilliani Utami, *Pengantar Ekonomi Syariah, Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia*, 2021
- Nurafifah, Adilah, ‘Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Milfa Laundry Terhadap Keputusan Pelanggan’ (Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palopo, 2022)
- Permatasari, Endah Fitri, And Usan, ‘Konsep Kepemilikan Dalam Ekonomi Islam’, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5.1 (2021), 39–54 <<https://doi.org/10.30868/ad.V5i01.1229>>
- Presiden Republik Indonesia, ‘Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen’, *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia*, 2003.1 (1999), 1–46
- Ramadhan, Khlolif Dinggar, ‘Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7p Dalam Bisnis Kuliner Warmindo Atap Langit Dalam Perspektif Ekonomi Islam’
- Rusdan, ‘Prinsip-Prinsip Dasar Fiqh Muamalah Dan Penerapannya Pada Kegiatan Perekonomian’, *Jurnal El-Hikam*, 15.2 (2022), Hlm. 232-233
- Sa’diyah, Halimatus, ‘Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah Terhadap Penentuan Harga Dan Hasil Jasa Laundry’, *Lex Economica Journal*, 2.2 (2024), 95–107
- Stocks, Noel, ‘Arif Budiyanto, “Pemasaran Jasa Dan Perkembangan”’, 2016, 1–23
- Subkti, R, And R Tjitrosudibio, ‘Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Kuh Perdata) 1838’, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2019, 11–28
- Zain, Anisa Raihan Fadhilah Fadhilah, Nisa Nurramdhiani Khofifah, And Adriansah Bahrun, ‘Implementasi Strategi Keunggulan Biaya Dalam Usaha Express Laundry Purwakarta’, *Econbank: Journal Of Economics And Banking*, 3.2 (2021), 141–49
- Akbar, Ali, ‘Konsep Kepemilikan Dalam Islam’, *Jurnal Sains Dan Seni Its*, 6.1

- (2017), 124–25
- Alyya Noor Tamalla, Ahmad Fauzi, ‘Strategi Kemandirian Berwirausaha Salyya Noor Tamalla, Ahmad Fauzi. 2021. “Strategi Kemandirian Berwirausaha Santri Perspektif Etika Bisnis Islam Entrepreneurial.” *Journal At-Tamwil* 3 (2): 185–98. Antri Perspektif Etika Bisnis Islam Entrepreneurial’, *Journal At-Tamwil*, 3.2 (2021), 185–98
- Aprilia, Anggun, And Heru Wahyudi, ‘Analisis Permintaan Dan Pendugaan Struktur Pasar Pada Industri Jasa Laundry Kiloan Di Bandar Lampung’, *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 3.1 (2025), 306–15
- Hafsiah Yakin, Ipa, ‘Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif’, *Jurnal Equilibrium*, 5. January (2023), 1–7
- Hani, Umi, ‘Buku Ajar Fiqih Muamalah’, *Universitas Islam Negeri Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*, 2021, 158
- Haryono, Eko, ‘Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam’, *E-Journal An-Nuur: The Journal Of Islamic Studies*, 13 (2023), 1–6
- Hasria, ‘Praktik Pembulatan Timbangan Jasa Laundry Di Kota Parepare Dalam Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Ekonomi Syariah’, 2023
- Idrus, Achmad Musyahid, ‘Kebijakan Pemimpin Negara Dalam Perspektif Kaidah Fikih: Tasarruf Al-Imam Manutun Bil Maslahah’, *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 2021, 123
<<https://doi.org/10.24252/ad.v1i1.26278>>
- Ishak, Sufriadi, ‘Kemudharatan Tidak Harus Dihilangkan Dengan Kemudharatan’, *Jurnal Al-Mizan: Jurnal Hukum Islam Dan Ekonomi Syariah*, 7(2) (2020), 117–26
- Khasanah, Siti Nur, ‘Penetapan Harga Pada Praktik Jasa Laundry Perspektif Hukum Islam Di Pucangan, Kartasura’, 2020
- Lestari, Endah, ‘Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi Dan Kualitas Pasar Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Klandasan’, *Jurnal Minfo Polgan*, 13.1 (2024), 133–38
- Ma’ruf, Ichsan, ‘Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembulatan Timbangan Pada Jasa Laundry Di Kecamatan Palimanan Kabupaten Cirebon Skripsi’, *Acta Universitatis Agriculturae Et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 53.9 (2020), 1689–99
- Mukhlas, Abd Arif, ‘Konsep Kerjasama Dalam Ekonomi Islam’, *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9.1 (2021), 1–19
<<https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v9i1.195>>

- Muslimin, Supriadi, Zainab Zainab, And Wardah Jafar, 'Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam', *Al-Azhar Journal Of Islamic Economics*, 2.1 (2020), 1–11 <<https://doi.org/10.37146/Ajie.V2i1.30>>
- Nofrianto, Azharsyah Ibrahim, Erika Amelia | Nashr Akbar Nur Kholis, And Suci Aprilliani Utami, *Pengantar Ekonomi Syariah, Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia*, 2021
- Nurafifah, Adilah, 'Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Milfa Laundry Terhadap Keputusan Pelanggan' (Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palopo, 2022)
- Permatasari, Endah Fitri, And Usan, 'Konsep Kepemilikan Dalam Ekonomi Islam', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5.1 (2021), 39–54 <<https://doi.org/10.30868/Ad.V5i01.1229>>
- Presiden Republik Indonesia, 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen', *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia*, 2003.1 (1999), 1–46
- Ramadhan, Kholif Dinggar, 'Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7p Dalam Bisnis Kuliner Warmindo Atap Langit Dalam Perspektif Ekonomi Islam'
- Rusdan, 'Prinsip-Prinsip Dasar Fiqh Muamalah Dan Penerapannya Pada Kegiatan Perekonomian', *Jurnal El-Hikam*, 15.2 (2022), Hlm. 232-233
- Sa'diyah, Halimatus, 'Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Penentuan Harga Dan Hasil Jasa Laundry', *Lex Economica Journal*, 2.2 (2024), 95–107
- Stocks, Noel, 'Arif Budiyanto, "Pemasaran Jasa Dan Perkembangan"', 2016, 1–23
- Subekti, R, And R Tjitrosudibio, 'Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Kuh Perdata) 1838', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2019, 11–28
- Zain, Anisa Raihan Fadhilah Fadhilah, Nisa Nurramdhiani Khofifah, And Adriansah Bahrin, 'Implementasi Strategi Keunggulan Biaya Dalam Usaha Express Laundry Purwakarta', *Econbank: Journal Of Economics And Banking*, 3.2 (2021), 141–49

Wawancara :

- Aini Pemilik Usaha, Wawancara Pada Tanggal 6 Maret 2025
- Sumarni, Wawancara, Di Al-Fazza Laundry, Tanggal 10 April 2025
- Hariani, Konsumen, Wawancara Pada 18 Maret 2025
- Natsir, Pemilik Usaha Laundry, Wawancara Di Mama Nia Laundry Kecamatan Panca Rijang, 3 Maret 2025

Rahma Aulia, Konsumen , Wawancara Tanggal 8 Maret 2025
Suri, Wawancara, Di K9000 Laundry, Tanggal 4 Maret 2025
Zakina Wawancara Konsumen Pada Tanggal 10 Maret 2025



S



LAMPIRAN-LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM

Jl. Amal Baksti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21037

INSTRUMEN PENELITIAN

NAMA MAHASISWA : Mardatillah
NIM : 2120203874234036
FAKULTAS : Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
PRODI : Hukum Ekonomi Syariah
JUDUL : Penetapan Harga Pada Jasa Laundry Persfektif
Hukum Islam (Studi Kasus Jasa Laundry Di Rappang)

Instrument penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif yang diperoleh dari hasil wawancara narasumber dan buku-buku pedoman yang sesuai dengan penelitian yang akan dibahas.

PEDOMAN WAWANCARA

1. Sudah berapa lama menjalankan usaha laundry bapak/ibu?
2. Bagaimana awal mula dirintis usaha laundry bapak/ibu?
3. Jenis layanan apa saja yang disediakan oleh usaha jasa laundry yang ditawarkan oleh konsumen?
4. Bagaimana praktek Penetapan Harga pada jasa usaha laundry?
5. Apakah konsumen mengetahui transparansi harga pada usaha jasa laundry?
6. Apakah Anda melakukan survei Harga terhadap competitor di Rappang?

7. Faktor Apa Saja yang paling mempengaruhi harga jasa laundry (misalnya biaya operasional,bahan pencuci,listrik,atau tenaga kerja)
8. Apakah anda menyesuaikan harga berdasarkan lokasi pelanggan?
9. Bagaimna Anda Menentukan Biaya Tambahan untuk layanan seperti Antar jemput,Farfum Khusus atau Lipatan pakaian)

Wawancara dengan konsumen laundry

1. Apa alasan anda memilih menggunakan jasa laundry tersebut?
2. Sudah berapa lama anda menggunakan jasa laundry tersebut?
3. Bagaimana pendapat anda mengenai penetapan harga pada jasa laundry tersebut?
4. Apakah yang paling anda perhatikan ketika memilih jasa laundry (missal kebersihan,kecepatan, Wangi pakaian, Keramahan pelayanan)?
5. Apakah anda merasa penyedia jasa laundry mempertimbangkan unsur kejujuran dan keterbukaan dalam menetapkan harga?

Parepare, 22 November 2024

Mengetahui,-

Pembimbing Utama

PAREPARE

Dr. Aris, S.Ag., M.HI

NIP : 19761231 200901 1046

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Pemilik Usaha Mama Nia Laundry

Dengan Ini Menerapkan Bahwa :

Nama : Mardatillah

Jenis Kelamin : Perempuan

NIM : 2120203874234036

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Perguruan tinggi : Institut Agama Islam Negeri

Benar telah melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul : **Penetapan Harga Pada Jasa Laundry Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Jasa Laundry Di Rappang Kab.Sidrap)**

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Rappang, 3 Maret 2025

Mama Nia
Laundry

Mama Nia Laundry

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Pemilik Usaha K9000 Laundry

Dengan Ini Menerapkan Bahwa :

Nama : Mardatillah

Jenis Kelamin : Perempuan

NIM :2120203874234036

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Perguruan tinggi : Institut Agama Islam Negeri

Benar telah melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul : **Penetapan Harga Pada Jasa Laundry Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Jasa Laundry Di Rappang Kab.Sidrap)**

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Rappang, 4 Maret 2025

PAREPARE

K9000 Laundry

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Pemilik Usaha Al-Fazza Laundry

Dengan Ini Menerapkan Bahwa :

Nama : Mardatillah

Jenis Kelamin : Perempuan

NIM : 2120203874234036

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

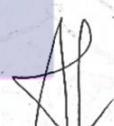
Perguruan tinggi : Institut Agama Islam Negeri

Benar telah melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul : **Penetapan Harga Pada Jasa Laundry Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Jasa Laundry Di Rappang Kab.Sidrap)**

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya

PAREPARE

Rappang, 10 Maret 2025


Al-Fazza Laundry

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Pemilik Usaha Flowres Laundry

Dengan Ini Menerapkan Bahwa :

Nama : Mardatillah

Jenis Kelamin : Perempuan

NIM : 2120203874234036

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Perguruan tinggi : Institut Agama Islam Negeri

Benar telah melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul : **Penetapan Harga Pada Jasa Laundry Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Jasa Laundry Di Rappang Kab.Sidrap)**

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Rappang, 6 Maret 2025



Flowres Laundry

DOKUMENTASI

Wawancara Mama Nia Laundry 3 Maret 2025



Wawancara K9000 Laundry 4 Maret 2025



Wawancara Flowries Laundry 6 Maret 2025



Wawancara Al-Fazza Laundry 10 Maret 2025



Wawancara Konsumen Rahma Aulia 8 Maret 2025



Wawancara Konsumen Dahliah 15 Maret 2025



Wawancara Konsumen Hariani 18 Maret 2025



Wawancara Konsumen Zakina 10 Maret 2025



BIODATA PENULIS



Nama lengkap penulis adalah **Mardatillah**, lahir di Lanrang tanggal 29 Juni 2003. Penulis lahir dari pasangan suami-isteri dari bapak Arifin dan ibu Mardia yang merupakan anak ke-3 dari 3 bersaudara. Penulis bertempat tinggal di Desa Timoreng Panua Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis memulai

pendidikannya di TK Nurul Azhar, selanjutnya melanjutkan Pendidikannya di SDN 3 Timoreng Panua kemudian dilanjutkan sekolah menengah pertama di Madrasah Tsanawiyah (MTs) YMPI Rappang, dilanjutkan sekolah menengah atas di Madrasah Aliyah (MA) YMPI Rappang. Penulis melanjutkan studi S1 di perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan memilih program studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam. Pengalaman bergabung di organisasi intra kampus yaitu Aliansi Mahasiswa Seni (ANIMASI) pada tahun 2021, Selanjutnya menjabat sebagai Anggota Sumber Daya Mahasiswa Himpunan Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HM-PS HES) periode 2023, Kemudian ditahun berikutnya menjabat sebagai Ketua Kopri PMII Fakultas syariah dan Ilmu Hukum Islam periode 2023-2024. Kemudian ditahun ini penulis menjabat sebagai Wakil Menteri Hukum Dan HAM Dewan Eksekutif Mahasiswa Institut (DEMA-I) periode 2022-2023. Tugas akhir penulis dengan judul **“Praktek Penetapan Harga Jasa Laundry Persfektif hukum islam (studi kasus jasa laundry di Rappang Kab.Sidrap)”**.