

## Analisis Penetapan Harga Sembako di Kalangan Pedagang Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sembako di Kelurahan Sengkotek Samarinda)

Lilik Intan Sanjaya

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia  
lilikintans@gmail.com

### Abstrak.

Dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia memiliki berbagai macam cara, akan tetapi semua tindakan itu harus sesuai dengan landasan Al-Qur'an dan Hadits. Dalam berdagang, penetapan harga menjadi salah satu unsur penting penentu dalam pembelian dan tingkat keuntungan. Demikian harga sembako juga sangat berpengaruh dalam tingkat penjualan dan minat konsumen. Banyak pedagang yang menetapkan harga semata-mata hanya mencari keuntungan yang besar. Dalam etika bisnis Islam sendiri tidak sepakat dengan semua tindakan yang akan melambungkan harga. Maka penelitian ini dengan bertujuan untuk mengetahui penetapan harga sembako di kalangan pedagang perspektif etika bisnis Islam di Kelurahan Sengkotek Samarinda. Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pedagang sembako di Kelurahan Sengkotek Samarinda. Analisis data yang digunakan yaitu metode kualitatif. Berdasarkan hasil observasi dan penelitian dapat menunjukkan bahwa pedagang sembako di Kelurahan Sengkotek memberikan harga dengan mempertimbangkan modal awal, melihat kemampuan/ kebutuhan pembeli, memperhitungkan keuntungan yang layak agar sama-sama adil dan bertanggung jawab atas segala keputusan yang mereka sepakati dalam harga.

**Kata kunci :** Harga Sembako, Etika Bisnis Islam

### Abstract.

*There are various ways to fulfill human life's needs, but all actions must be in accordance with the foundations of the Al-Qur'an and Hadith. In trading, price setting is an important factor in determining purchases and profit levels. Thus, the price of basic necessities also has a big influence on the level of sales and consumer interest. Many traders set prices solely looking for big profits. In Islamic business ethics itself, it does not agree with all actions that will inflate prices. So this research aims to determine the pricing of basic necessities among traders from an Islamic business ethics perspective in Sengkotek Village, Samarinda. This type of research is field research. The data collection techniques used were observation, interviews, and documentation. Interviews were conducted with basic food traders in Sengkotek Village, Samarinda. The data analysis used is a qualitative method. Based on the results of observations and research, it shows that basic food traders in Sengkotek Village provide prices by considering the initial capital, looking at the buyer's abilities and needs, taking into account appropriate profits so that they are both fair and responsible for all decisions they agree on regarding prices.*

**Keywords:** Basic Food Prices, Islamic Business Ethics

## I. PENDAHULUAN

Dalam dunia usaha maupun bisnis, persaingan sudah sangat umum terjadi, persaingan bisnis yang ketat menuntut setiap pedagang di berbagai daerah untuk saling bersaing satu sama lain, sehingga setiap pedagang perlu memperhatikan harga dan kualitas produk yang diperdagangkan untuk mencapai target penjualan yang diinginkan.

Al-Qur'an memandang bisnis sebagai pekerjaan yang menguntungkan dan menyenangkan. Bisnis yang menguntungkan adalah bukan hanya dengan melakukan ukuran yang benar dan timbangan yang tepat, tetapi menghindarkan segala bentuk kecurangan yang kotor dan korup. Al-Qur'an menekankan bahwa sebuah bisnis yang kecil lewat jalan halal dan *thayyib* (baik), jauh lebih baik daripada bisnis besar yang dilakukan dengan cara haram dan *khabits* (jelek).<sup>1</sup>

Allah berfirman di dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan :

*"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian"*<sup>2</sup>

Di dalam bisnis juga memerlukan sebuah penentuan harga pada suatu dagangan. Pedagang perlu memikirkan tentang harga jual secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli barang tersebut, penetapan harga jual yang tepat juga tidak selalu berarti bahwa harga haruslah ditetapkan rendah atau serendah mungkin. Karena banyak konsumen yang

---

<sup>1</sup> Merza Gamal, *Aktifitas Ekonomi Syariah*, (Pekanbaru: UNRI Press, 2004), h. 10

<sup>2</sup> Kementerian Agama RI. *Al-Quran dan Terjemah*, (Surabaya: Halim Publishing dan Distributing, 2014), h. 83

mempertimbangkan harga dan kualitas produk dalam memakai sebuah produk yang ditawarkan.<sup>3</sup>

Penetapan harga jual juga perlu melakukan berbagai pertimbangan, mulai biaya operasional, target keuntungan pedagang, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, kondisi perekonomian secara umum, dan sebagainya.

Dalam prinsip dasar perdagangan Islam adalah adanya unsur kebebasan dalam melakukan transaksi tukar menukar, tetapi kegiatan tersebut tetap disertai dengan harapan memperoleh keridhoan Allah SWT dan melarang terjadinya pemaksaan. Oleh karena itu agar diperoleh satu keharmonisan dalam sistem perdagangan, diperlukan suatu perdagangan yang bermoral. Secara jelas Rasulullah telah banyak memberikan contoh tentang sistem perdagangan yang bermoral yaitu perdagangan yang jujur, adil, tidak merugikan kedua belah pihak, seperti perdagangan yang tidak jujur, pemaksaan atau penipuan, mencegat penjualan dalam perjalanan menuju pasar, menyembunyikan informasi untuk keuntungan lebih besar serta mengurangi timbangan dan sebagainya adalah haram.<sup>4</sup>

Islam juga telah mengajarkan bahwa aktivitas ekonomi tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai dasar yang telah ditetapkan dalam al-Qur'an, hadits Nabi dan sumber-sumber ajaran Islam lainnya. Sebagaimana ekonomi konvensional, ekonomi Islam juga membicarakan tentang aktivitas manusia dalam mengatur dan mendapatkan harta material maupun non material dalam memenuhi kebutuhan hidup sebagai manusia baik secara individual maupun kolektif yang menyangkut perolehan, pendistribusian ataupun penggunaan untuk memenuhi kebutuhan hidup, hanya saja dalam ekonomi Islam itu sendiri segala aktivitas ekonomi tersebut harus didasarkan pada norma dan tata aturan ajaran Islam yang terdapat dalam al-Qur'an, dan hadits serta sumber ajaran Islam lainnya.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Iman Romansyah, "Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparasi pada Yussy Akmal dan Shereen Cake's and Bread)", *Skripsi IAIN Raden Intan Lampung Tahun 2016*, h. 3

<sup>4</sup> Wawan Afriadi, "Strategi Penetapan Harga Barang di Pasar Tradisional Desa Wanasaba Lauk Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", *Skripsi UIN Mataram Tahun 2019*, h.3

<sup>5</sup> Zubair Tablig Syahid, *Berdagang Seperti Rasulullah*, (Klaten : Abata Press, 2015), h. 52

Dalam perdagangan kita mengenal dengan istilah harga, penetapan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan perdagangan. Harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya suatu produk dalam perdagangan. Salah dalam menentukan harga berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya.

Penetapan harga tersebut dilakukan oleh perusahaan atau para pedagang dengan mempertimbangkan berbagai aspek dan hal itu tidak bertentangan dengan aturan khususnya etika, aspek tersebut meliputi beban biaya produksi yang wajar, kemampuan daya beli masyarakat, dan keuntungan yang layak. Selain itu adanya persaingan harga merupakan hal yang wajar terjadi dalam perdagangan khususnya para pedagang kecil dengan berbagai motif dan tujuan, baik dalam meningkatkan volume penjualan atau menjaga eksistensi produknya agar tetap diminati konsumen.<sup>6</sup>

Demikian harga sembako sangat berpengaruh dalam tingkat penjualan dan minat konsumen karena sembako adalah sembilan jenis kebutuhan pokok masyarakat yang terdiri dari bahan makanan dan minuman. Menurut keputusan Menteri Industri dan Perdagangan Nomor 115/MPP/Kep/2/1998 tanggal 27 Februari 1998. Adapun kesembilan bahan tersebut yaitu beras, gula pasir, minyak goreng, daging sapi atau ayam, telur ayam, susu, jagung, minyak tanah, dan garam.

Oleh karena itu, sembako sangat dibutuhkan dan mempunyai peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa faktor yang mempengaruhi harga sembako diantaranya yaitu kebijakan pemerintah pusat dan daerah, kualitas sembako, bencana alam dan hari raya tertentu. Hal ini memungkinkan terjadinya perbedaan harga sembako di berbagai daerah.

Begitu pula yang terjadi pada pedagang sembako di daerah Kecamatan Loa Janan Ilir khususnya Kelurahan Sengkotek dalam menetapkan harga sembako di daerah tersebut. Di Kelurahan Sengkotek sendiri terdapat 25 pedagang sembako yang mana letaknya berdekatan dengan pedagang sembako lainnya.

---

<sup>6</sup> Teguh Prasetyo, "Strategi Penetapan Harga Penjualan Kue Kamir Dalam Persaingan Bisnis Perspektif Etika Bisnis Islam (studi kasus pada Toko Kue Kamir)". *Skripsi IAIN Purwokerto Tahun 2019*, h. 4

## **II. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan atau observasi. Penelitian lapangan yaitu mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan yang sekarang dan dilakukan secara langsung kepada responden.<sup>7</sup>

Penelitian kualitatif berusaha menampilkan *holistic* (menyeluruh) yang menumbuhkan kecermatan dalam pengamatan. Sehingga kita dapat memahami secara menyeluruh hasil penelitian, disamping itu dalam penelitian kualitatif ini peneliti harus terjun langsung ke lapangan guna memperoleh data yang peneliti butuhkan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan mengklasifikasikan fakta atau karakteristik fenomena yang ada secara faktual dan cermat, tidak mengandalkan bukti logika matematis, prinsip angka atau metode statistik. Sehingga dapat digambarkan kondisi dan keadaan yang sebenar-benarnya dengan isyarat atau tindakan sosial.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilakukan di Kelurahan Sengkotek Samarinda Seberang. Kelurahan ini merupakan kelurahan baru dimana letaknya sangat strategis dan kawasannya menjadi perlintasan jalan poros Samarinda-Balikpapan. Sehingga banyak masyarakat yang tertarik untuk berdagang sembako di daerah tersebut.

## **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luasnya lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk barang dan jasa. Dalam sepanjang sejarah harga merupakan faktor yang mempengaruhi pilihan para pembeli.<sup>8</sup>

Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Husaini usman, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta, PT. Bumi Aksara, 2006), h. 5

<sup>8</sup> Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006), hal. 342

<sup>9</sup> Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Penerbitan Elektronik Pertama dan Terbesar di Indonesia, 2011), hal. 102

Menurut Kotler dan Armstrong mendefinisikan harga secara lengkap, yaitu: “Sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.”

Teori harga antara lain membahas tentang proses pembentukan harga sebagaimana dipengaruhi oleh interaksi antara penawaran dan permintaan akan suatu barang dan jasa di dalam suatu pasar, faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan permintaan dan penawaran, hubungan antara harga permintaan dan penawaran, bentuk-bentuk pasar, menganalisis tentang konsep elastisitas permintaan atau elastisitas penawaran dan sebagainya.<sup>10</sup>

Menurut pandangan Imam Yahya bin Umar mengenai konsep penetapan harga, beliau menyatakan bahwa keberadaan harga merupakan hal yang penting dalam transaksi jika mengabaikan hal tersebut akan dapat menimbulkan kerusakan dalam masyarakat dan harga ditentukan oleh kekuatan pasar, yakni kekuatan penawaran dan permintaan dan mekanisme harga harus tunduk pada kaidah-kaidah.<sup>11</sup>

Dalam ekonomi Islam, masalah harga ditentukan melalui mekanisme pasar. Untuk mencapai harga yang adil, maka harus didasarkan atas konsep-konsep mekanisme pasar Islam. Sehingga dengan demikian akan tercipta harga yang adil, yang memberikan keuntungan bagi pihak-pihak yang bertransaksi dan tidak terjadi kezaliman. Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Keridhaan atau Kerelaan Kedua Belah Pihak (*Ar-Ridha*)

*Ar-Ridha* yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak. Dalam perspektif al-Qur'an transaksi jual beli harus dilakukan atas dasar suka sama suka antara penjual dan pembeli, begitu juga dalam penentuan harga suatu barang.

2. Kejujuran atau Transparansi (*Honesty*)

Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Kejujuran merupakan keadaan yang sesungguhnya yang tidak ditutupi

---

<sup>10</sup> Muhammad Dinar dan Muhammad Hasan, *Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi*, (Makassar: CV. Nur Lina, 2018), h. 13

<sup>11</sup> Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 288

dengan kebohongan. Namun jika di dalam jual beli kejujuran bukan berarti kita memberi harga yang sesuai dengan modal yang dikeluarkan, akan tetapi tidak berhak mengambil keuntungan yang sewajarnya yang tidak terlalu berlebihan.

### 3. Keadilan (*Justice*)

Keadilan dalam hukum Islam meliputi beberapa aspek kehidupan, dimana ada 1)Perimbangan atau keadaan seimbang, jika suatu masyarakat ingin mampu bertahan maka harus berada dalam keseimbangan dalam ukuran dan hubungan satu dengan yang lain. 2)Persamaan dan tiadanya diskriminasi dalam bentuk apapun. 3)Pemberian hak kepada setiap yang berhak. 4)Keadilan Tuhan, berupa kemurahan-Nya dalam melimpahkan rahmat kepada seseorang dengan kesediaanya untuk menerima keberadaan dirinya dan pertumbuhannya ke arah kesempurnaan.<sup>12</sup>

### 4. I'tikad baik

I'tikad artinya kepercayaan, keyakinan yang teguh (kuat). Juga bisa diartikan dengan kemauan dan maksud. Dengan demikian, maka yang dimaksud dengan i'tikad baik ialah kemauan, maksud atau tepatnya keyakinan yang baik untuk melakukan bisnis dan memenuhi hal-hal yang bertalian dengan bisnis.

### 5. Kesetian/kepatuhan

Setia artinya berpegang teguh (pada janji, pendirian dan sebagainya), patuh/taat. Patuh artinya penurut, dengar-dengaran, taat pada perintah, peraturan, dan sebagainya), berdisiplin. Sedangkan kepatuhan artinya sifat patuh, keadaan patuh, atau ketaatan.

### 6. Tanggung Jawab

Tanggung jawab merupakan hal yang sangat penting, dimana kesepakatan yang dibuat harus selalu didasari oleh rasa tanggung jawab sehingga tidak ada yang merasakan khawatir karena hal-hal yang di luar sepengetahuannya yang dapat merugikannya. Sejauh mana tanggung jawab itu adalah sesuai dengan kesepakatan yang telah terjadi.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Linda Purnama Sari, "Analisis Praktik Pedagang Kaki Lima Dalam Mekanisme Penetapan Harga Jual Di Kelurahan Cakranegara Barat Kecamatan Cakranegara Perspektif Ekonomi Islam", *Skripsi* UIN Mataram, Tahun 2017, h. 17-20

<sup>13</sup> Fariyuntika, "Faktor-Faktor Penentuan Harga Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sembako Di Pasar Sekampung)", *Skripsi* IAIN Metro, Tahun 2018

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh dari beberapa wawancara pada pedagang sembako dalam menetapkan harga yaitu dengan melihat bagaimana harga dipasaran dan dari harga pengambilan setiap unit barang. Dengan mempertimbangkan biaya pengambilan barang didistributor, permintaan dari barang tersebut, menentukan harga juga melihat kualitas dan merk barang yang akan dijualnya. Dan melihat kemampuan para konsumen dalam membeli barang dan tidak lupa mempertimbangkan keuntungan yang layak bagi para pedagang.

Dalam memberikan harga kepada para konsumen yang membayar tunai dan yang berhutang dari beberapa para pedagang disengkotek menerapkan harga yang sama atau tidak membedakan harganya karena alasan sudah mempertimbangkan harganya dan sudah ada kesepakatan bersama dengan jangka waktu tertentu.

Dalam hal etika bisnis para pedagang menerapkan 1) Keridhaan atau kerelaan kedua belah pihak, yang mana pembeli menerima atas harga yang diberikan pedagang karena harga yang ditetapkan tidak jauh berbeda dengan harga pasaran . 2) Kejujuran, dan transparansi dalam menyampaikan harga barang jika terdapat kenaikan/penurunan harga pada suatu barang. 3)Keadilan, yang mana memberikan harga yang sama pada setiap konsumen. 4)I'tikad baik yaitu kepercayaan, dalam konteks ini pedagang tidak ada niatan untuk mendzolimi pembeli dimana pedagang memberikan harga terbaiknya agar harga sembako yang di jual dapat dijangkau oleh pembeli. 5)Kesetiaan/kepatuhan, dimana mereka menetapkan harga yang sama untuk konsumen yang mengutang karena mereka memiliki kesepakatan bersama untuk jangka waktu yang ditetapkan. 6)Tanggung jawab, beberapa beli juga mereka mengatakan bahwa harga yang pedagang sembako berikan itu terjangkau sehingga mereka lebih suka membeli di warung tersebut, mereka juga mengatakan bahwa pedagang memberikan pelayanan yang ramah, menyediakan barang yang yang di butuhkan konsumen, memberikan harga yang sama bagi konsumen yang berhutang dan sesuai dengan kesepakatan bersama.

Berdasarkan analisis perspektif etika bisnis Islam terhadap penetapan harga jual suatu barang pada pedagang sembako di Kelurahan Sengkotek menunjukkan bahwa penetapan harga perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan para responden sudah



sesuai dengan keridhoan atau kerelaan dari kedua belah pihak, kejujuran, keadilan, itikad baik, kesetiaan/kepatuhan, dan tanggung jawab.

#### **IV. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti dengan pedagang sembako di Kelurahan Sengkotek sehingga dapat ditarik kesimpulan pedagang sembako di Kelurahan Sengkotek Samarinda sudah menerapkan suatu cara penetapan harga sesuai dengan etika bisnis Islam. Dimana pedagang memberikan harga yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dari konsumen dengan mempertimbangkan merk dan kualitas barang yang di perjualbelikan, mengatakan dengan jujur jika harga barang mengalami kenaikan maupun penurunan, tidak lupa juga mempertimbangkan keuntungan agar sama-sama adil dalam mendapatkan apa yang diinginkan dari kedua belah pihak tersebut tanpa memberatkan satu sama lain. Memiliki hubungan baik kepada pembeli dengan sikap ramahnya, tidak membedakan status pembeli dalam menetapkan harga. Bertanggung jawab atas segala keputusan yang mereka sepakati dalam harga. Berarti dapat dikatakan bahwa pedagang sembako di Kelurahan Sengkotek telah menerapkan penetapan harga sesuai dengan etika bisnis Islam dengan baik yaitu keridhoan/ kerelaan kedua belah pihak, kejujuran, keadilan, itikad baik, kesetiaan, dan tanggung jawab.

#### **Saran**

Bagi pedagang sembako di Kelurahan Sengkotek Samarinda dalam menjalankan sebuah bisnis atau berdagang yang dijalankan sehari-hari tetap melakukan hal-hal yang sesuai dengan etika bisnis Islam yang telah ditetapkan oleh syari'at Islam.

Dalam berperilaku maupun dalam menetapkan sebuah harga pedagang sembako di Kelurahan Sengkotek Samarinda selalu berpegang teguh pada etika bisnis Islam. Hal tersebut dikarenakan bisnis yang didasari dengan etika bisnis Islam tidak hanya mendatangkan sebuah keuntungan berupa materi saja melainkan juga memperoleh keberkahan dan keridhoan atas rezeki yang telah didapatkan.

Bagi penelitian berikutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan sudut pandang yang berbeda berupa komponen-komponen etika bisnis lainnya dengan objek yang lebih menarik.

## V. DAFTAR PUSTAKA

- Afriadi, Wawan. "Strategi Penetapan Harga Barang di Pasar Tradisional Desa Wanasaba Lauk Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", *Skripsi UIN Mataram Tahun 2019*
- Azwar Karim, Adiwarmam. Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004
- Dinar, Muhammad dan Muhammad Hasan, Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi, Makassar: CV. Nur Lina, 2018
- Fariyuntika, "Faktor-Faktor Penentuan Harga Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sembako Di Pasar Sekampung)", *Skripsi IAIN Metro, Tahun 2018*
- Gamal, Merza. Aktifitas Ekonomi Syariah, Pekanbaru: UNRI Press, 2004
- Kementerian Agama RI. *Al-Quran dan Terjemah*, Surabaya: Halim Publishing dan Distributing, 2014
- Kotler, Philip. Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006
- Prasetyo, Teguh. "Strategi Penetapan Harga Penjualan Kue Kamir Dalam Persaingan Bisnis Perspektif Etika Bisnis Islam (studi kasus pada Toko Kue Kamir)". *Skripsi IAIN Purwokerto Tahun 2019*
- Romansyah, Iman. "Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparasi pada Yussy Akmal dan Shereen Cake's and Bread)", *Skripsi IAIN Raden Intan Lampung Tahun 2016*
- Sari, Linda Purnama. "Analisis Praktik Pedagang Kaki Lima Dalam Mekanisme Penetapan Harga Jual Di Kelurahan Cakranegara Barat Kecamatan Cakranegara Perspektif Ekonomi Islam", *Skripsi UIN Mataram, Tahun 2017*
- Shinta, Agustina. Manajemen Pemasaran, Malang: Penerbitan Elektronik Pertama dan Terbesar di Indonesia, 2011
- Syahid, Zubair Tablig. Berdagang Seperti Rasulullah, Klaten : Abata Press, 2015
- Usman, Husaini. Metodologi Penelitian Sosial, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006