

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Penetapan harga merupakan elemen krusial dalam ekonomi yang memengaruhi dinamika antara produsen dan konsumen. Dalam lingkungan ekonomi yang berubah dengan cepat, penetapan harga yang etis dan adil menjadi semakin penting. Hal ini tidak hanya relevan dalam praktik bisnis konvensional, tetapi juga merupakan inti dari ekonomi Islam yang mengutamakan nilai-nilai keadilan dan kesejahteraan. UMKM di Kabupaten Tulungagung, sebagai contoh, menempati posisi strategis dalam ekonomi lokal dan perilaku penetapan harga mereka mencerminkan tantangan serta peluang dalam mengimplementasikan nilai-nilai ekonomi Islam.

Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi besar dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM di Tulungagung berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal dan penyerapan tenaga kerja. Namun, sektor UMKM dihadapkan pada tantangan besar dalam menentukan harga produk mereka.

UMKM merupakan tulang punggung ekonomi di berbagai daerah di Indonesia, termasuk di Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. UMKM memainkan peran esensial dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan roda ekonomi, serta berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM

Kabupaten Tulungagung tahun 2023, terdapat lebih dari 48.000 UMKM di wilayah ini yang mampu menyerap hingga 60% tenaga kerja lokal. Kontribusi UMKM terhadap PDRB kabupaten juga mencapai angka 45%, menunjukkan bahwa sektor ini tidak hanya menopang ekonomi lokal, tetapi juga mengurangi ketergantungan pada sektor formal.<sup>2</sup> Hal ini menjadikan UMKM sebagai sektor strategis yang perlu mendapat perhatian khusus, terutama dalam konteks penerapan prinsip ekonomi Islam yang semakin relevan di tengah peningkatan kebutuhan akan keadilan ekonomi.

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Tulungagung tahun 2023, perkembangan UMKM menunjukkan perkembangan positif selama lima tahun terakhir sebagaimana dijelaskan dalam table di bawah ini.

**Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah UMKM Kabupaten Tulungagung 2019-2023**

Tahun	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Total UMKM	Pertumbuhan (%)
2019	35.245	8.123	2.156	45.524	-
2020	36.012	8.256	2.198	46.466	2.07
2021	36.890	8.445	2.234	47.569	2.37
2022	37.456	8.567	2.289	48.312	1.56
2023	38.234	8.678	2.345	49.257	1.95

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Tulungagung, 2024

---

<sup>2</sup>Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Tulungagung, Laporan Perekonomian Kabupaten Tulungagung. BAPPEDA Tulungagung, 2023.

Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Tulungagung juga menunjukkan perkembangan yang signifikan, sebagaimana terlihat dalam tabel berikut:

**Tabel 1.2 Kontribusi Sektor UMKM terhadap PDRB Kabupaten Tulungagung Tahun 2023**

No	Sektor UMKM	Kontribusi PDRB (%)	Jumlah Unit Usaha
1.	Perdagangan	18.5	15.678
2.	Industri Pengolahan	15.2	12.456
3.	Pertanian dan Peternakan	12.8	8.934
4.	Jasa	10.5	7.845
5.	Kerajinan	8.2	4.344

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, 2024

Sementara itu, dalam hal penyerapan tenaga kerja, UMKM Kabupaten Tulungagung menunjukkan peran strategis sebagaimana tabel berikut:

**Tabel 1.3 Penyerapan Tenaga Kerja UMKM Kabupaten Tulungagung Tahun 2023**

No.	Skala Usaha	Jumlah Tenaga Kerja	Persentase (%)
1.	Usaha Mikro	74.468	45.2
2.	Usaha Kecil	43.390	25.6
3.	Usaha Menengah	49.456	29.2
Total		169.314	100

Sumber: Disnaker Kabupaten Tulungagung, 2024

Perkembangan nilai investasi UMKM Kabupaten Tulungagung menunjukkan perkembangan positif dalam kurun waktu lima tahun terakhir, sebagaimana tabel berikut:

**Tabel 1.4 Nilai Investasi UMKM Kabupaten Tulungagung 2019-2023**

No	Tahun	Nilai Investasi (Miliar Rp)	Pertumbuhan (%)
1.	2019	1.245	-
2.	2020	1.312	5.38
3.	2021	1.456	10.97
4.	2022	1.678	15.25
5.	2023	1.890	12.63

Sumber: BKPM Kabupaten Tulungagung, 2023

Berdasarkan data di atas, secara keseluruhan UMKM Kabupaten Tulungagung memiliki peran yang strategis dan penting dalam perekonomian daerah. Dengan tingkat pertumbuhan stabil sebesar 2% per tahun, UMKM menunjukkan kapasitas adaptasi dan ketahanan yang baik dalam menghadapi fluktuasi ekonomi lokal maupun global. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) mencapai 65,2%, yang mengindikasikan bahwa sektor ini menjadi salah satu pilar utama dalam struktur ekonomi daerah. Penyerapan tenaga kerja yang besar, melibatkan 169.314 orang, juga menunjukkan bahwa UMKM di Tulungagung berperan signifikan dalam mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Selain itu, nilai investasi yang konsisten dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 11,06% per tahun menggarisbawahi adanya kepercayaan investor terhadap

prospek UMKM di daerah tersebut. Berdasarkan karakteristik ini, maka UMKM di Kabupaten Tulungagung tidak hanya menjadi motor penggerak ekonomi tetapi juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan sosial.

Data di atas memperkuat bahwa UMKM merupakan komponen fundamental dalam struktur ekonomi Kabupaten Tulungagung, dengan kontribusi signifikan dalam berbagai sektor seperti penyerapan tenaga kerja, pembentukan PDRB dan pengembangan ekonomi daerah. Kondisi ini menjadikan penelitian tentang perilaku penetapan harga oleh produsen UMKM menjadi sangat relevan dan memiliki dampak yang luas terhadap perekonomian daerah.

Data perkembangan UMKM di Kabupaten Tulungagung selama lima tahun terakhir menunjukkan kecenderungan pertumbuhan kuantitatif yang relatif stabil, namun tidak selalu diiringi dengan penguatan kapasitas manajerial dan pengambilan keputusan ekonomi pelaku usaha. Peningkatan jumlah unit usaha tidak secara otomatis mencerminkan rasionalitas ekonomi yang terlembagakan, khususnya dalam praktik penetapan harga. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara pertumbuhan struktural UMKM dan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola risiko pasar, membaca potensi kerugian, serta membangun mekanisme harga yang adaptif dan berkeadilan.

Dinamika tersebut menjadi semakin kompleks ketika dikaitkan dengan karakteristik UMKM yang beroperasi dalam konteks sosial dan religius masyarakat Muslim, di mana keputusan ekonomi tidak semata-mata didorong

oleh pertimbangan keuntungan material, tetapi juga oleh nilai moral, solidaritas sosial, dan pertimbangan keberkahan. Oleh karena itu, data makro UMKM ini tidak hanya berfungsi sebagai latar statistik, melainkan sebagai pintu masuk untuk memahami praktik penetapan harga sebagai fenomena sosio ekonomi yang hidup dan bermakna.

Kerangka pemahaman mengenai penetapan harga sebagai fenomena sosio-ekonomi yang bernuansa nilai tersebut menjadi lebih bermakna ketika diturunkan ke ranah praksis pelaku usaha secara konkret. Pada level inilah orientasi moral dan religius yang melekat dalam konteks UMKM masyarakat Muslim tidak lagi berhenti sebagai konstruksi teoretik, melainkan termanifestasi dalam pilihan-pilihan bisnis sehari-hari, termasuk komitmen terhadap kebajikan dan praktik sedekah sebagaimana terlihat dalam pengalaman Ibu Suliyah.

Kebajikan dan sedekah merupakan pilar penting dalam praktik bisnis yang berlandaskan syariat Islam, sebagaimana tercermin dalam kasus Ibu Suliyah. Konsistensi dalam melakukan kebaikan dan menyisihkan sebagian rezeki untuk sedekah tidak hanya memperkuat hubungan sosial, tetapi juga dianggap sebagai investasi untuk mendapatkan berkah dalam usaha. Argumen ini didukung oleh konsep berkah usaha, di mana keberhasilan bisnis tidak semata-mata diukur dari *profitabilitas*, tetapi juga dari manfaat yang diberikan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan Ibu Suliyah (Produsen Tahu) Tanggal 24 April 2024.

Hasil observasi menunjukkan bahwa praktik penetapan harga UMKM di Tulungagung tidak sepenuhnya mengikuti mekanisme pasar formal sebagaimana diasumsikan dalam teori ekonomi neoklasik. Penentuan harga sering kali dilakukan secara fleksibel dan kontekstual, dengan mempertimbangkan kondisi pembeli, hubungan sosial, serta norma religius yang hidup dalam komunitas lokal. Dalam banyak kasus, harga bersifat negosiatif dan dapat berubah bergantung pada situasi sosial yang melingkupinya.

Pada sektor pangan olahan, misalnya usaha keripik singkong, observasi lapangan memperlihatkan bahwa pelaku usaha menetapkan harga awal berdasarkan perhitungan biaya produksi harian, namun dalam praktiknya memberikan toleransi harga kepada pembeli tertentu, seperti pelanggan tetap, tetangga sekitar, atau pembeli dalam jumlah besar.<sup>4</sup> Pola ini menunjukkan adanya praktik diferensiasi harga berbasis relasi sosial, bukan semata-mata pertimbangan keuntungan maksimal.

Observasi pada sektor batik tulis menunjukkan dinamika yang berbeda. Harga produk batik tidak hanya ditentukan oleh biaya bahan baku dan tenaga kerja, tetapi juga oleh nilai simbolik, tingkat kerumitan motif, serta persepsi religius dan kultural terkait kejujuran dalam berdagang. Dalam praktiknya, pelaku usaha batik cenderung menghindari penetapan harga yang dianggap

---

<sup>4</sup> Hasil Obsrvasi pada usaha keripik singkong Bapak Darsono Tanggal 14 April 2024

terlalu tinggi meskipun permintaan pasar memungkinkan, karena kekhawatiran akan hilangnya keberkahan usaha.<sup>5</sup>

Sementara itu, pada sektor kerajinan logam dan perak, observasi menunjukkan adanya kombinasi antara perhitungan ekonomi rasional dan pertimbangan etika usaha. Harga ditetapkan dengan memperhitungkan fluktuasi harga bahan baku logam, namun tetap disertai komitmen untuk menjaga margin keuntungan dalam batas yang dianggap wajar secara moral. Praktik ini mencerminkan kesadaran pelaku UMKM terhadap prinsip keadilan harga dan tanggung jawab sosial.<sup>6</sup>

Selanjutnya, kepuasan pelanggan dan syariat menjadi dua aspek yang saling terkait erat dalam pengambilan keputusan harga oleh UMKM di Tulungagung. Ibu Suliyah, dengan mengutamakan kepuasan pelanggan dan menggunakan bahan-bahan yang sesuai syariat, menunjukkan bagaimana etika bisnis yang baik dapat menjadi faktor penentu dalam keberhasilan usaha. Hal ini sejalan dengan prinsip etika bisnis dalam ekonomi Islam yang menekankan pada kejujuran, amanah, dan transparansi. Dengan demikian, pendekatan Ibu Suliyah dalam menjalankan usahanya memberikan contoh nyata tentang bagaimana nilai-nilai Islam dapat diintegrasikan dalam praktik bisnis sehari-hari, sekaligus memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan ekonomi Islam yang berkelanjutan.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Hasil Observasi pada usaha batik Ibu Siti Khadijah Tanggal 10 April 2024

<sup>6</sup> Hasil Observasi pada usaha pengrajin perak Bapak Rahmat Tanggal 11 April 2024

<sup>7</sup> Wawancara dengan Ibu Suliyah (Produsen Tahu) Tanggal 24 April 2024.

Ketidakseimbangan dalam penetapan harga juga disebabkan oleh rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap konsep ekonomi Islam. Misalnya, Bapak Sutrisno<sup>8</sup>, seorang pengusaha aluminium, dan Bapak Maini<sup>9</sup> produsen emping mlinjo mengungkapkan bahwa selama ini ia hanya mengikuti harga pasar tanpa memahami bagaimana penetapan harga seharusnya dilakukan menurut prinsip Islam. Demikian pula, Bapak Suyitno Tato Wijaya<sup>10</sup>, pembuat tas, menyebutkan bahwa penetapan harga sering kali dipengaruhi oleh fluktuasi biaya produksi, yang membuat mereka sulit untuk mempertimbangkan aspek keadilan bagi konsumen. Fakta ini menunjukkan bahwa selain faktor eksternal seperti persaingan dan biaya produksi, faktor internal berupa pengetahuan yang terbatas juga berperan dalam mendorong kesenjangan antara praktik penetapan harga UMKM dengan prinsip ekonomi Islam.

Kesenjangan ini semakin diperparah oleh ketidakstabilan harga yang dirasakan konsumen. Laporan dari Dinas Koperasi dan UMKM menunjukkan adanya disparitas harga yang signifikan untuk produk-produk sejenis, yang berpotensi mengurangi kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM. Survei kepuasan konsumen juga menunjukkan bahwa 45% keluhan konsumen terkait dengan ketidakstabilan harga produk UMKM.<sup>11</sup> Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen memiliki ekspektasi terhadap stabilitas harga yang tidak dapat dipenuhi oleh sebagian besar pelaku UMKM. Ketidakstabilan harga ini bukan

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Bapak Sutrisno (Pengusaha Aluminium) Tanggal 20 April 2024.

<sup>9</sup> Wawancara dengan Bapak Maini (Produsen Emping Mlinjo), Tanggal 22 April 2024.

<sup>10</sup> Wawancara dengan Bapak Suyitno Tato Wijaya (Pembuat Tas), Tanggal 20 April 2024.

<sup>11</sup> Badan Pusat Statistik (BPS) Tulungagung, Survei Kepuasan Pelanggan UMKM Kabupaten Tulungagung. BPS Tulungagung, 2023.

hanya disebabkan oleh fluktuasi bahan baku tetapi juga oleh keterbatasan dalam pengelolaan harga yang adil dan merata.

Data dari Badan Pusat Statistik juga menunjukkan bahwa tingkat inflasi lokal di Kabupaten Tulungagung turut berkontribusi terhadap perubahan harga produk UMKM. Inflasi yang tinggi mendorong kenaikan biaya produksi, yang kemudian memaksa pelaku UMKM untuk menyesuaikan harga jual produknya. Dalam konteks ekonomi Islam, kenaikan harga ini harus dilandasi oleh alasan yang adil dan transparan agar tidak memberatkan konsumen. Namun, dalam praktiknya, ketidaktahuan tentang prinsip-prinsip tas'ir sering kali membuat pelaku UMKM hanya mengikuti kenaikan harga tanpa mempertimbangkan dampaknya bagi konsumen, sehingga harga menjadi tidak stabil dan sulit dijangkau oleh masyarakat berpenghasilan rendah.

Dalam perspektif ekonomi Islam, penetapan harga yang adil merupakan fondasi penting dalam membangun sistem ekonomi yang berkelanjutan. Hasil wawancara dengan Bapak Suyani mengungkapkan bahwa praktik penetapan harga di kalangan UMKM Tulungagung masih didominasi oleh pertimbangan biaya produksi dan keuntungan semata, tanpa memperhatikan aspek moral dan sosial yang menjadi esensi ekonomi Islam.<sup>12</sup>

Keterbatasan pemahaman tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam penetapan harga berkorelasi dengan hasil wawancara dengan Ibu Mistiani yang mengindikasikan bahwa banyak pelaku UMKM belum memahami konsep keuntungan wajar dalam Islam. Hal ini tercermin dari kecenderungan mereka

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Bapak Suyani (Pengusaha Marmer dan Onix), Tanggal 24 April 2024.

mengikuti fluktuasi harga pasar tanpa mempertimbangkan dampak sosial-ekonomi terhadap konsumen.<sup>13</sup>

Data empiris dari wawancara dengan Bapak Sigit menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan prinsip keberkahan dalam penetapan harga cenderung memiliki stabilitas usaha yang lebih baik. Namun, fenomena ini belum dipahami secara luas oleh pelaku UMKM lainnya, yang masih terjebak dalam paradigma *profit-oriented* semata.<sup>14</sup>

Aspek transparansi dalam penetapan harga, sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Suyani, menjadi faktor krusial yang sering terabaikan.<sup>15</sup> Ketidaktransparanan ini berkontribusi pada munculnya disparitas harga antar produk sejenis, sebagaimana tercatat dalam laporan Dinas Koperasi dan UMKM. Berdasarkan fakta lapangan mengungkapkan adanya kesenjangan antara praktik penetapan harga aktual dengan prinsip keadilan dalam ekonomi Islam. Ibu Mistiani menekankan bahwa keuntungan wajar seharusnya mempertimbangkan keberlanjutan usaha tanpa memberatkan konsumen, namun implementasinya masih jauh dari ideal.<sup>16</sup> Sebagaimana penjelasan Bapak Sigit mengindikasikan bahwa konsep berkah dalam usaha seharusnya menjadi pertimbangan utama dalam penetapan harga. Namun, realitas di lapangan

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan Ibu Mistiani (Produsen Gula Kelapa Anijaya), Tanggal 18 April 2024.

<sup>14</sup> Wawancara dengan Bapak Sigit (Pengusaha Akuarium dan Ikan Hias), Tanggal 26 April 2024.

<sup>15</sup> Wawancara dengan Bapak Suyani (Pengusaha Marmer dan Onix), Tanggal 24 April 2024.

<sup>16</sup> Wawancara dengan Ibu Mistiani (Produsen Gula Kelapa Anijaya), Tanggal 18 April 2024.

menunjukkan bahwa mayoritas UMKM masih mengabaikan aspek spiritual ini dalam praktik bisnis mereka.<sup>17</sup>

Analisis terhadap pola penetapan harga UMKM menunjukkan adanya gap antara pemahaman teoretis dan implementasi praktis prinsip ekonomi Islam. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan Bapak Suyani tentang minimnya integrasi nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis sehari-hari.<sup>18</sup>

Fenomena ini menimbulkan sejumlah permasalahan yang krusial. Pertama, adanya kesenjangan antara praktik penetapan harga yang dilakukan UMKM dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam menandakan adanya kebutuhan akan edukasi yang lebih intensif. Kedua, minimnya pemahaman pelaku UMKM tentang konsep tas'ir atau penetapan harga dalam ekonomi Islam membuat mereka lebih rentan terhadap fluktuasi harga pasar. Ketiga, tekanan pasar yang kuat dan persaingan yang ketat menyulitkan pelaku UMKM untuk mempertahankan prinsip-prinsip Islam dalam berbisnis. Keempat, ketidakseimbangan antara kepentingan profit dan sosial dalam penetapan harga menunjukkan adanya potensi ketimpangan ekonomi di kalangan pelaku UMKM.

Dalam rangka mencapai keseimbangan antara *profitabilitas* dan tanggung jawab sosial, dibutuhkan intervensi yang komprehensif dari berbagai pihak, baik pemerintah maupun institusi keuangan syariah. Pemerintah dapat berperan dalam memberikan pelatihan dan edukasi tentang prinsip ekonomi

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan Bapak Sigit (Pengusaha Akuarium dan Ikan Hias), Tanggal 26 April 2024.

<sup>18</sup> Wawancara dengan Bapak Suyani, (Pengusaha Marmer dan Onix) Tanggal 24 April 2024.

Islam, sementara institusi keuangan syariah dapat menyediakan skema pembiayaan yang memungkinkan UMKM untuk menerapkan harga yang adil. Upaya ini diharapkan mampu mendorong UMKM untuk tidak hanya menjadi penggerak ekonomi yang kuat tetapi juga mampu berkontribusi dalam membangun sistem ekonomi yang lebih berkeadilan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Lebih jauh, penelitian ini menggarisbawahi perlunya model penetapan harga yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Dalam kerangka ini, konsep *tas'ir* memberikan panduan tentang bagaimana harga seharusnya ditetapkan untuk mencerminkan keadilan (*'ada>lah*), kolaborasi (*ta'a>wun*), dan manfaat bersama (*mas}lah}ah*). Prinsip-prinsip ini menekankan keseimbangan antara kepentingan produsen dan konsumen sehingga tercipta harmoni dalam sistem ekonomi. Namun, implementasi prinsip ekonomi Islam dalam penetapan harga UMKM masih menghadapi kendala signifikan. Tekanan pasar dan kurangnya pemahaman para pelaku usaha menjadi faktor utama yang menghambat penerapan prinsip ini secara konsisten. Oleh karena itu, pengembangan model *tas'i>r* berbasis kondisi lokal di Kabupaten Tulungagung menjadi kebutuhan mendesak untuk menjembatani kesenjangan antara teori ekonomi Islam dan praktik di lapangan.

Urgensi penelitian ini juga terletak pada pentingnya keseimbangan antara aspek ekonomi dan sosial dalam penetapan harga. Sistem ekonomi Islam menekankan bahwa kesejahteraan ekonomi tidak dapat dicapai tanpa memperhatikan dimensi sosial. Artinya, penetapan harga harus

mempertimbangkan dampaknya terhadap masyarakat luas, termasuk kelompok rentan. Dalam konteks UMKM, harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan aksesibilitas produk bagi konsumen, sementara harga yang terlalu rendah dapat mengancam kelangsungan usaha pelaku UMKM. Oleh karena itu, keseimbangan ini tidak hanya penting bagi keberlanjutan UMKM tetapi juga untuk menciptakan stabilitas sosial di tingkat komunitas lokal.

Penetapan harga, merupakan topik yang krusial dalam ekonomi Islam karena berkaitan dengan isu keadilan sosial, efisiensi pasar, dan penerapan nilai-nilai syariah. Secara historis, konsep harga adil telah lama menjadi diskursus dalam literatur ekonomi Islam, namun implementasinya di tingkat UMKM lokal masih memerlukan verifikasi empiris.

Secara teoretis, penelitian ini mengisi celah penelitian (*research gap*) dalam literatur ekonomi Islam yang masih berfokus pada sektor keuangan dan perusahaan besar, tanpa mempertimbangkan secara mendalam bagaimana perilaku produsen UMKM, khususnya di Kabupaten Tulungagung, dalam menetapkan harga sesuai dengan nilai dan prinsip Islam. Studi-studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Adada<sup>19</sup> tentang ideologi pasar dalam Islam, Hanif & Hamid<sup>20</sup> yang menyoroti aturan penetapan harga dalam kajian Islam, serta Haider<sup>21</sup> berkaitan dengan desain dan penetapan harga sukuk

---

<sup>19</sup> Abdul Rahim Mohamed Adada, Islam's Market Ideology: A Brief Outline dalam *Islamic Economics Journal* Vol. 5 No. 1 2019. <http://dx.doi.org/10.21111/iej.v5i1.3665>.

<sup>20</sup> Muhammad Wali Hanif, Mahboubullah Hamid, The Rule of Pricing in the Jurisprudence of the Four Schools of Thought: A Comparative Jurisprudential Study dalam *Journal of Humanities and Social Sciences Studies* Vol. 5 No. 6 2023 DOI: 10.32996/jhsss.2023.5.6.13.

<sup>21</sup> Waqash Ali Haider, Muhammad Arsalan Aqeeq, Abdul Ghaffar, Ali Sajid, Design and Pricing of Asset Backed Sukuku Strip Securities: An Endeavour Towards Financial Deepening and Development dalam *Journal of Islamic Business and Management* Vol. 11 No. 2 2021, hal. 267-285. <https://doi.org/10.26501/jibm/2021.1102-003>.

berbasis aset, lebih memfokuskan pada mekanisme pasar dalam lingkup keuangan Islam dan perbankan. Namun, belum ada penelitian yang mengintegrasikan maqashid syariah dengan teori penetapan harga modern dalam konteks UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini berkontribusi dengan mengembangkan *Islamic Socio-Economic Pricing Framework* yang lebih relevan dan kontekstual bagi pelaku UMKM.

Dari segi metodologi, pendekatan penelitian sebelumnya banyak menggunakan model ekonomi konvensional dan teori permainan dalam mengkaji kebijakan harga dan persaingan pasar, yang cenderung bersifat kuantitatif dan kurang menangkap aspek sosial serta nilai-nilai Islam yang mendasari perilaku ekonomi pelaku UMKM. Oleh karena itu, pendekatan interdisipliner yang menggabungkan teori ekonomi Islam, sosiologi ekonomi, dan etika bisnis lebih unggul dalam memahami dinamika penetapan harga dalam UMKM berbasis Islam, karena mampu mengakomodasi faktor sosial-budaya dan prinsip maqashid syariah yang tidak terakomodasi dalam metode konvensional. seperti yang dilakukan oleh Mousavi<sup>22</sup> dalam penelitian tentang keputusan harga di industri perhotelan serta Wang<sup>23</sup> yang menyoroiti dampak regulasi pasar terhadap kinerja ekonomi dan lingkungan. Riset-riset ini cenderung mengabaikan aspek sosial-budaya yang mempengaruhi perilaku

---

<sup>22</sup> Elham Sadat Mousavi, Ashkan Hafezalkotob, Ahmad Makui & Mohammad Kazem Sayadi, Hotel Pricing Decision in A Competitive Market Under Government Intervention: A Game Theory Approach dalam *International Journal of Management Science and Engineering Management* Vol. 16 No. 2, 2021, hal. 83-93. <https://doi.org/10.1080/17509653.2021.1873202>

<sup>23</sup> Mingyue Wang, Zhixuan Cheng, Yingming Li, Junqiang Li, Kaixuan Guan, Impact of Market Regulation on Economic and Environmental Performance: A Game Model Of Endogenous Green Technological Innovation dalam *Journal of Cleaner Production* Vol. 277, 20 December 2020, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123969>.

harga dalam konteks UMKM Islam. Oleh karena itu, penelitian ini menjembatani kesenjangan tersebut dengan mengadopsi pendekatan interdisipliner yang menggabungkan teori ekonomi Islam, sosiologi ekonomi, dan etika bisnis.

Secara praktis, penelitian ini berkontribusi dalam memberikan panduan operasional bagi pelaku UMKM untuk mencapai profit yang berkelanjutan dengan tetap memperhatikan tanggung jawab sosial. Model *Islamic Socio-Economic Pricing Framework* yang dikembangkan dalam penelitian ini akan memberikan pendekatan nyata bagi pelaku UMKM dalam menetapkan harga yang tidak hanya mempertimbangkan aspek profit semata, melainkan aspek keadilan sosial dan kesejahteraan komunitas. Selain itu, penelitian ini akan menghasilkan panduan implementasi yang dapat diadopsi oleh UMKM untuk menyesuaikan strategi harga mereka dengan prinsip ekonomi Islam, memastikan keseimbangan antara motif bisnis dan etika Islam. Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Saad<sup>24</sup> mengenai prospek wakaf dalam pembiayaan UMKM dan Kakembo<sup>25</sup> terkait adopsi keuangan mikro Islam untuk UMKM di Uganda, masih terbatas dalam membahas aspek pricing sebagai strategi bisnis yang berbasis nilai-nilai Islam. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru dalam literatur *Islamic Behavioral*

---

<sup>24</sup> Abdo Yousef Qaid Saad, Mustafa Omar Mohammed, Ibrahim Al-Jubari, & Forbis Ahamed, The Prospect Of Waqf In Financing Small And Medium Enterprises (SMEs) In Yemen dalam *Qudus International Journal of Islamic Studies (QIJIS)*, Vol. 10 No. 2, 2022, hal. 381-414. DOI: <http://dx.doi.org/10.21043/qijis.v10i2.9689>

<sup>25</sup> Ssemambo Hussein Kakembo, Muhamad Abduh, & Pg Md Hasnol Alwee Pg Hj Md Salleh, Adopting Islamic Microfinance as a Mechanism of Financing Smes in Uganda dalam *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 28 No. 4, pp. 537-552. <https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2019-0126>.

*Economics* dengan mengeksplorasi bagaimana faktor sosial-budaya mempengaruhi strategi penetapan harga di kalangan UMKM berbasis Islam.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi dalam aspek akademik dengan memperkaya diskusi tentang *islamic behavioral economics*, tetapi juga mengembangkan kerangka teoretis baru dalam memahami dinamika penetapan harga berbasis sosio ekonomi Islam dalam konteks UMKM. Dengan menyoroti interaksi antara faktor ekonomi, sosial, dan etika Islam dalam pengambilan keputusan harga, penelitian ini memperdalam pemahaman terhadap *islamic socio-economic pricing framework* sebagai model yang dapat diadopsi dalam kajian akademik maupun implementasi praktis. tetapi juga menawarkan rekomendasi praktis yang bermanfaat bagi pelaku industri dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan strategi harga yang lebih berkelanjutan dan berbasis nilai-nilai Islam.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan data lapangan yang diperoleh melalui observasi awal, wawancara pendahuluan, dan telaah dokumen UMKM, ditemukan fenomena unik dalam praktik penetapan harga pada UMKM di Tulungagung. Pelaku usaha menetapkan harga tidak hanya melalui perhitungan biaya dan perbandingan pasar, tetapi juga melalui pertimbangan nilai, etika, hubungan sosial, serta interpretasi religiusitas yang mempengaruhi keputusan ekonomi mereka. Keunikan ini menunjukkan bahwa penetapan harga dalam UMKM tidak semata-mata bersifat mekanistik, tetapi merupakan konstruksi multidimensional yang melibatkan faktor ekonomi, sosial, dan religius. Data

lapangan inilah yang kemudian menjadi fokus penelitian, yaitu menelaah bagaimana sistem penetapan harga dibangun, bagaimana mekanisme dan interaksi para pelaku terjadi, dan bagaimana keseluruhan proses tersebut menghasilkan suatu model penetapan harga berbasis pengalaman empiris UMKM Tulungagung.

### **C. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian sebagaimana tersebut di atas dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem penetapan harga yang dipraktikkan oleh produsen UMKM di Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana mekanisme dan interaksi faktor sosial, ekonomi, dan religius membentuk penetapan harga UMKM di Kabupaten Tulungagung?
3. Bagaimana model penetapan harga berbasis sosio ekonomi Islam dapat dikonstruksi dari pola perilaku produsen UMKM di Kabupaten Tulungagung?

### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan komprehensif untuk merumuskan dan menemukan konstruksi penetapan harga pada produsen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Tulungagung melalui perpesktif sosio ekonomi Islam. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Merumuskan sistem penetapan harga yang dipraktikkan produsen UMKM dalam pengambilan keputusan.

2. Merumuskan mekanisme dan interaksi antara faktor sosial, ekonomi dan religiusitas dalam membentuk penetapan harga.
3. Membangun model penetapan harga berdasarkan sosio ekonomi Islam yang dapat digeneralisasikan dari pola perilaku produsen UMKM di Kabupaten Tulungagung.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat secara Teoretis**

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis sebagai landasan pengembangan teori penetapan harga dalam ekonomi Islam yang berakar pada integrasi rasionalitas ekonomi, nilai sosial, dan etika religius pada level UMKM. Temuan empiris penelitian ini menunjukkan bahwa praktik penetapan harga UMKM tidak semata-mata ditentukan oleh kalkulasi biaya dan margin keuntungan, tetapi merupakan hasil konstruksi sosial yang melibatkan pertimbangan keadilan, solidaritas sosial, serta kepatuhan terhadap nilai-nilai religius yang dimaknai secara subjektif oleh pelaku usaha. Temuan tentang keterpaduan antara sistem penetapan harga, mekanisme interaksi sosial-ekonomi, dan orientasi moral religius ini menjadi landasan konseptual untuk membangun konsep penetapan harga sosio-ekonomi Islam, yaitu suatu kerangka harga yang memandang keuntungan ekonomi sebagai bagian dari tanggung jawab sosial dan spiritual pelaku usaha.

Lebih lanjut, penelitian ini meletakkan dasar bagi perumusan proposisi teoretis bahwa rasionalitas ekonomi dalam perspektif Islam

bersifat moral-instrumental, bukan rasionalitas utilitarian murni. Rasionalitas tersebut terwujud dalam keputusan harga yang mempertimbangkan keberlanjutan usaha, kemampuan daya beli konsumen, stabilitas relasi sosial, serta orientasi *mas}lah}ah*. Dengan demikian, temuan penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori rasionalitas ekonomi Islam pada level mikro, yang menempatkan pelaku UMKM sebagai aktor ekonomi bermoral yang secara aktif menegosiasikan kepentingan material dan nilai-nilai etis dalam praktik pasar.

Secara konseptual, penelitian ini juga menjadi pijakan bagi pembangunan teori penetapan harga berbasis sosio ekonomi Islam, yang tidak hanya menjelaskan bagaimana harga dibentuk, tetapi juga mengapa dan untuk apa harga ditetapkan dalam konteks masyarakat Muslim. Teori ini menegaskan bahwa harga dalam ekonomi Islam berfungsi sebagai instrumen keseimbangan antara efisiensi ekonomi dan keadilan sosial, sekaligus sebagai medium aktualisasi nilai-nilai religius dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya bangunan teori ekonomi Islam kontemporer dengan menyediakan kerangka teoretis yang kontekstual, aplikatif, dan berangkat dari realitas empiris UMKM.

## **2. Manfaat secara Praktis**

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat langsung bagi berbagai pihak yang memiliki kepentingan terhadap pengembangan ekonomi Islam dan pemberdayaan UMKM. Pertama, bagi pemerintah

daerah, khususnya Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung, hasil penelitian ini dapat menjadi landasan kebijakan publik berbasis nilai sosio-ekonomi Islam. Model penetapan harga yang ditemukan dapat dijadikan acuan dalam menyusun pedoman pembinaan UMKM yang tidak hanya berorientasi pada profitabilitas, tetapi juga memperhatikan keadilan sosial, solidaritas komunitas, dan kesejahteraan spiritual masyarakat. Dengan demikian, kebijakan ekonomi daerah dapat diarahkan untuk menciptakan keseimbangan antara efisiensi ekonomi dan keberlanjutan sosial (*socio-economic sustainability*).

Kedua, bagi pelaku UMKM, penelitian ini memberikan panduan konseptual dan etis dalam menjalankan kegiatan usaha yang berkeadilan dan berkeberkahan. Melalui temuan penelitian tentang pentingnya etika spiritual, solidaritas sosial, dan prinsip keadilan distributif dalam penetapan harga, pelaku usaha dapat memperoleh pemahaman baru tentang bagaimana menyeimbangkan aspek keuntungan dengan tanggung jawab sosial dan nilai moral. Dengan demikian, penelitian ini berfungsi sebagai pedoman etik dan praktis bagi UMKM dalam membangun kepercayaan pelanggan, menjaga loyalitas pasar, dan mempertahankan keberlangsungan usaha dengan berlandaskan nilai-nilai Islam.

Ketiga, bagi lembaga keuangan dan lembaga keuangan sosial (zakat dan wakaf), penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam menyusun strategi pembiayaan dan pemberdayaan UMKM berbasis nilai keadilan sosial dan spiritualitas Islam. Dengan memahami pola harga dan perilaku produsen

yang sarat nilai sosial-religius, lembaga keuangan syariah dapat merancang skema pembiayaan yang lebih sesuai dengan karakter masyarakat akar rumput. Pendekatan ini akan memperkuat peran lembaga keuangan Islam sebagai mitra sosial-ekonomi, bukan sekadar entitas komersial.

Keempat, bagi masyarakat dan organisasi keagamaan, penelitian ini memiliki makna moral dan sosial yang mendalam. Nilai-nilai yang ditemukan, seperti kejujuran, empati, kebersamaan, dan keberkahan menunjukkan bahwa praktik ekonomi Islam dapat berjalan secara alami di tengah kehidupan masyarakat tanpa harus terpisah dari aspek spiritualitas. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi inspirasi sosial dan dakwah ekonomi, bahwa menjalankan usaha dengan prinsip syariah bukan sekadar kewajiban agama, tetapi juga jalan menuju kesejahteraan yang adil dan berkelanjutan.

#### **F. Penegasan Istilah**

Penelitian ini berupaya mengonstruksi model teoretis penetapan harga berbasis sosio ekonomi Islam yang berakar pada perilaku produsen usaha mikro di Kabupaten Tulungagung. Untuk menjaga kejelasan konseptual dan konsistensi terminologis, beberapa istilah kunci berikut dijelaskan secara terminologis dan kontekstual sesuai dengan kerangka ekonomi Islam serta konteks empiris penelitian.

##### **1. Penetapan Harga**

Dalam ekonomi konvensional, penetapan harga (*pricing*) dipahami sebagai proses menentukan nilai jual barang atau jasa berdasarkan kalkulasi biaya,

permintaan, dan margin keuntungan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, harga merupakan komponen utama strategi pemasaran yang berfungsi sebagai indikator nilai ekonomi sekaligus mekanisme pengendali permintaan.<sup>26</sup> Dalam ekonomi Islam, penetapan harga bukan sekadar tindakan ekonomi rasional, melainkan bagian dari etika *mu'alah* yang menuntut keadilan, kejujuran, dan keseimbangan.<sup>27</sup> Dalam konteks penelitian ini, penetapan harga dimaknai sebagai proses sosial-ekonomi-religius, di mana pelaku usaha menentukan harga berdasarkan pertimbangan ekonomi, sosial, dan spiritual.

## 2. Sosio Ekonomi Islam

Istilah sosio ekonomi Islam mengacu pada integrasi antara sistem ekonomi dan struktur sosial yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Mehmet Asutay menjelaskan bahwa ekonomi Islam bersifat moral karena menghubungkan perilaku ekonomi dengan maqasid syariah yang mencakup keadilan distributif dan kesejahteraan sosial.<sup>28</sup> Demikian pula M. Umer Chapra menekankan bahwa sistem ekonomi Islam bertujuan menciptakan keadilan sosial-ekonomi melalui penghapusan eksploitasi dan pemerataan kesejahteraan.<sup>29</sup> Dalam penelitian ini, sosio-ekonomi Islam dipahami sebagai kerangka nilai yang mengatur perilaku ekonomi masyarakat

---

<sup>26</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (Pearson Education, 2016), hal. 473–474.

<sup>27</sup> Abu Hamid al-Ghazali, *Ihya' 'Ulum al-Din*, Juz II (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1993), hal. 63–65.

<sup>28</sup> Mehmet Asutay, Conceptualising and Locating the Social Failure of Islamic Finance: Aspirations of Islamic Moral Economy vs. the Realities of Islamic Finance (2012), *Asian and African Area Studies*, 11 (2): 93-113, 2012, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2089793>

<sup>29</sup> M. Umer Chapra, *The Future of Economics: An Islamic Perspective*, (Leicester: The Islamic Foundation, 2000), hal. 43-48.

Muslim, di mana keputusan ekonomi merupakan bentuk ibadah sosial dan moralitas keagamaan yang hidup dalam konteks komunitas.

### 3. Rasionalitas Spiritual

Konsep rasionalitas spiritual dikembangkan sebagai kritik terhadap paradigma *rational economic* man dalam ekonomi neoklasik. Menurut M. Fahim Khan, rasionalitas ekonomi dalam Islam mencakup pertimbangan moral dan spiritual, bukan hanya efisiensi utilitarian.<sup>30</sup> Syed Nawab Haider Naqvi menambahkan bahwa tindakan ekonomi dalam Islam harus diarahkan pada *moral fulfillment*, bukan semata *material optimization*.<sup>31</sup> Dalam konteks penelitian ini, rasionalitas spiritual berarti kemampuan pelaku usaha menggabungkan perhitungan ekonomi dengan pertimbangan etika dan keberkahan, di mana rasionalitas tidak diukur dari laba semata, tetapi dari keseimbangan antara kepentingan diri, masyarakat, dan tanggung jawab kepada Allah.

### 4. Perilaku Produsen

Dalam teori ekonomi konvensional, perilaku produsen dijelaskan melalui prinsip *profit maximization* dengan efisiensi produksi sebagai tolok ukur utama. Dalam pandangan M. Umer Chapra, ekonomi Islam menolak pandangan sempit ini dan menggantikannya dengan orientasi moral, di mana produsen bertanggung jawab terhadap masyarakat dan Tuhan.<sup>32</sup> M.

---

<sup>30</sup> M. Fahim Khan, *Essays in Islamic Economics* (Leicester: The Islamic Foundation, 1989), hal. 56–58.

<sup>31</sup> Syed Nawab Haider Naqvi, *Ethics and Economics: An Islamic Synthesis* (Leicester: The Islamic Foundation, 1994), hal. 87–92.

<sup>32</sup> M. Umer Chapra, *The Islamic Vision of Development in the Light of Maqasid al-Shariah*, Occasional Paper Series (London: The International Institute of Islamic Thought, 2008), hal. 62–68

Fahim Khan menegaskan bahwa perilaku ekonomi Muslim tidak bebas nilai, karena setiap keputusan usaha harus berlandaskan prinsip halal, adil, dan amanah.<sup>33</sup> Dalam konteks penelitian ini, perilaku produsen dimaknai sebagai tindakan ekonomi yang berlandaskan nilai spiritual, sosial, dan moral, di mana keputusan harga dipengaruhi oleh kesadaran religius dan kepedulian sosial.

#### 5. Usaha Mikro

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dengan kekayaan bersih maksimal Rp 50 juta atau penjualan tahunan maksimal Rp 300 juta. Namun, secara sosiologis, usaha mikro di Indonesia merupakan entitas ekonomi berbasis keluarga dan komunitas yang beroperasi dengan orientasi sosial dan spiritual yang kuat.<sup>34</sup> Dalam penelitian ini, usaha mikro dipahami sebagai ruang praksis ekonomi Islam yang paling autentik, di mana nilai-nilai religius seperti keberkahan (*al-barakah*), kejujuran (*al-s}idq*), dan tolong-menolong (*al-ta'a}wun*) terimplementasi secara alami dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

#### 6. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan disertasi ini adalah sebagai berikut: Bab I: Pendahuluan. Bab ini memberikan kerangka umum dari penelitian yang meliputi konteks penelitian, fokus penelitian menyoroti latar belakang masalah

---

<sup>33</sup> Khan, *Essays in Islamic Economics...*, hal. 73-75.

<sup>34</sup> Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia: Isu-isu Penting* (Jakarta: LP3ES, 2019), hal. 24-26.

yang akan diuraikan disini untuk menunjukkan pentingnya penelitian ini. Dalam bab ini juga dijelaskan secara eksplisit mengungkapkan fokus penelitian yang akan batasan kajian riset dan rumusan pertanyaan penelitian. Tujuan penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan arah keseluruhan proses penelitian. Sedangkan, kajian penelitian berupaya mengeksplorasi dan mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan yang yang akan diisi disertasi ini. Selanjutnya, metode penelitian diperinci untuk mendeksripsikan pendekatan, teknik pengumpulan dan analisis data yang digunakan. Terakhir, sistematika pembahasan memberikan ide yang jelas tentang struktur di seluruh disertasi.

Bab II: Kajian Teori Penetapan Harga dalam Perspektif Sosio ekonomi Islam. Bab ini menjelaskan konstruksi landasan teoretis mengenai penetapan harga dari perspektif sosio ekonomi Islam. Bab ini dimulai dengan membahas pengetahuan sebagai fondasi epistemologis yang mendasari penetapan harga dalam ekonomi Islam. Selain itu, secara ontologi dijelaskan evolusi pemikiran tentang harga dalam tradisi keilmuan Islam selanjutnya akan direkonstruksi dalam konteks kontemporer. Selanjutnya, upaya merekonstruksi rasionalitas dilihat dalam dua paradigma yaitu ekonomi Islam dan ekonomi konvensional dengan menekankan pada aspek sosio-religiusitas serta upaya merekonstruksi model rasionalitas ekonomi berdasarkan temuan penelitian secara empiris.

Interaksi antar faktor sosial, ekonomi, religiusitas dalam penetapan harga dianalisis dan dijabarkan dengan kerangka teoretis secara multidimensional yang menggambarkan dinamika sosio ekonomi dan model interaksi sosio ekonomi berdasarkan temuan penelitian. Selain itu, perdebatan akademik

tentang penetapan harga disajikan dengan menggunakan analisis kritis. Kesenjangan dalam literatur diidentifikasi secara sistematis untuk menunjukkan kontribusi penelitian dengan jelas. Terakhir, bab ini membahas sintesis teoretis dan menawarkan proposisi penelitian yang merumuskan kerangka konseptual.

BAB III: Metode Penelitian, bab ini menjelaskan secara rinci desain metodologis yang digunakan dalam penelitian. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif fenomenologis, dengan alasan bahwa perilaku produsen UMKM tidak dapat dipahami hanya melalui variabel ekonomi yang kuantitatif, melainkan melalui makna sosial dan spiritual yang mereka hayati.

Lokasi penelitian difokuskan di Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur, yang memiliki ekosistem UMKM padat dan bernuansa religius. Daerah ini dipilih karena menjadi contoh ideal interaksi antara nilai-nilai Islam, praktik bisnis tradisional, dan tuntutan ekonomi modern. Sumber dan jenis data, yang meliputi data primer dari wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta dokumentasi kegiatan usaha, dan data sekunder yang diperoleh dari literatur akademik, laporan pemerintah, dan studi-studi terdahulu terkait ekonomi Islam dan perilaku produsen. Teknik pengumpulan data menguraikan prosedur wawancara semi-terstruktur, observasi langsung di lokasi usaha, serta verifikasi dokumen harga dan transaksi. Peneliti melakukan triangulasi metode untuk meningkatkan kredibilitas data, sebagaimana dianjurkan oleh Miles, Huberman, dan Saldana.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahap: kondensasi data, penyajian data (*data*

*display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*). Analisis dilakukan secara simultan dengan pengumpulan data agar memungkinkan refleksi dan kategorisasi tema yang dinamis.

Bab IV: Sistem Penetapan Harga Produsen UMKM Tulungagung. Bab ini menyajikan konstruksi rasionalitas sosio ekonomi Islam yang digunakan untuk mendasari penentuan harga di antara produsen UMKM di Kabupaten Tulungagung. Elaborasi terkait fondasi nilai-nilai keadilan dalam penilaian rasionalitas penetapan harga disajikan melalui elaborasi implementasi prinsip transparansi dalam proses penetapan harga, penerapan nilai kebersamaan dalam struktur harga, dan elaborasi tanggung jawab sosial dalam kebijakan penetapan harga yang diterapkan oleh produsen UMKM di Kabupaten Tulungagung.

Integrasi daya beli dan prinsip halal dibahas dalam mekanisme penyesuaian harga sesuai dengan kemampuan dan kondisi ekonomi masyarakat. Prinsip halal diimplmentasikan dalam seluruh proses produksi. Sedangkan pengambilan keputusan harga oleh produsen dielaborasi berdasarkan nilai dan moral dalam Islam. Upaya untuk membangun keseimbangan antara profit dan kebajikan sosial yang berlandaskan pada nilai keadilan menjadi dasar dalam penetapan harga.

Bab V: Mekanisme dan Interaksi Faktor Sosial, Ekonomi dan Religius Penetapan Harga. Bab ini menyoroti aspek multidimensional dalam mekanisme penetapan harga di antara produsen UMKM di Kabupaten Tulungagung. Dimensi sosial dalam penetapan harga dianalisis berdasarkan nilai-nilai dan budaya lokal Tulungagung. Dimensi ekonomi dalam penetapan harga dianalisis

dari berbagai komponen seperti biaya produksi, persaingan pasar dan penyesuaian dengan daya beli masyarakat menjadi pertimbangan dalam penetapan harga.

Dimensi religiusitas menjadi pedoman moral dikaji dengan mengelaborasi penerapan prinsip syariah dalam praktik penetapan harga. Bab ini juga menyoroti penetapan harga adaptif dengan menganalisis model keseimbangan yang diterapkan oleh produsen, strategi penyesuaian harga berbasis nilai dan kerangka sustainabilitas UMKM.

Bab VI: Model Penetapan Harga Berbasis Sosio ekonomi Islam. Bab ini membangun model teoretis dari penetapan harga berbasis sosio ekonomi Islam yang dihasilkan dari temuan empiris di UMKM Kabupaten Tulungagung. Tahap evaluasi sosial-ekonomi dielaborasi melalui analisis kondisi pasar dan persaingan pasar, pemetaan persepsi keadilan harga, dan evaluasi dampak sosial kebijakan harga. Penyesuaian biaya dan daya beli dijabarkan melalui kalkulasi struktur komponen biaya, analisis komparatif harga kompetitor, dan mekanisme penyesuaian dengan kemampuan konsumen. Tahap refleksi nilai religiusitas dijelaskan dengan proses evaluasi kepatuhan syariah, prinsip maslahat, dan nilai-nilai Islam. Terakhir, Bab ini menggambarkan konstruksi model teoretis yang mereview kerangka konseptual model, mekanisme implementasi, dan efektivitas model dalam konteks UMKM di Kabupaten Tulungagung.

Bab VII: Penutup. Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan menyajikan hasil analisis secara komprehensif dari seluruh temuan penelitian yang menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Kesimpulan

menjelaskan penetapan harga UMKM di Kabupaten Tulungagung merepresentasikan bentuk rasionalitas ekonomi Islam yang hidup dan kontekstual. Harga dipahami bukan hanya sebagai alat transaksi, tetapi sebagai ekspresi etika, tanggung jawab sosial, dan kesadaran religius pelaku usaha.

Sedangkan Saran menyajikan rekomendasi-rekomendasi berdasarkan temuan penelitian. Saran diarahkan untuk memperkuat implikasi akademik, praktis, dan kebijakan dari temuan tentang sistem, mekanisme, dan model penetapan harga UMKM berbasis sosio-ekonomi Islam. Implikasi penelitian memuat tiga dimensi utama yaitu : teoretis, praktis, dan kebijakan, yang dapat menjadi landasan bagi pengembangan ilmu dan praktik ekonomi Islam, khususnya di sektor UMKM.